

التبادل الإعلامي الحكومي العربي

دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية

Arab Government Media Exchange

The Study Experience of Arab States Broadcasting Union

إعــداد

خالد العنزي

إشـــــراف

الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق الدليمي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كليـة الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2012 م

تـفـويـض

أنا الموقع أدناه "خالد العنزي" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: خالد العنزي

التوقيع:

التاريخ: 22 / 1 / 2012م

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

التبادل الإعلامي الحكومي العربي: دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية

وأجيزت بتاريخ 18 / 1 / 2012 م

أعضاء لجنة المناقشة		الجامعة	التوقيع
الأستاذ الدكتور حميده سميسم	**رئيساً**	الشرق الأوسط	....
الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي	**مشرفاً**	البترا	....
الدكتور تسيير أبو عرجه	**عضواً خارجياً**	البترا	....

شكر وتقدير

الحمد لله على فضله وإحسانه، أسبغ علينا نعمه ظاهرة وباطنه، فله الحمد في الأولى والآخرة، وله الشكر والثناء الحسن، والصلاة والسلام على حبيبنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

كما يطيب لي والمقام هنا لرد الفضل لأهله والتقدم بالشكر والعرفان للأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي على تكرمه بالإشراف على هذه الرسالة وتوجيهاته السديدة، وتصويباته المفيدة بالرغم من انشغاله وكثرة ارتباطاته العلمية والعملية حفظه الله على حرصه نحو الارتقاء العلمي بطلبته. وإلى أصحاب السعادة أعضاء لجنة المنافشة لتفضلهم بالموافقة على مناقشة رسالتي والحكم عليها.

والشكر موصول لأساتذة جامعة الشرق الأوسط والعاملين فيها وعلى الأخص أساتذة كليـــة الإعلام وقسم الإعلام الكرام. وإلى الكويت الحبيبة، ولا إن أنسى فلا أنسى شكر جميع من أعانني بجهده أو وقته أو دعائه سواء من الأقارب أو الأصدقاء أو الأحباب أو الزملاء سائلاً الله العلى الكريم أن يجعل كل ما قدمه أولئك في موازين حسناهم وأن يجزل لهم الأجر والمثوبة.

خالد العنزي

الإهداء

إلى ....

أمي الحبيبة.... أطال الله في عمرها

زوجتـــي وأبنـــائي .. مـذاق الحـب والرحمــة .. أصـلحهم ربــي .. وكتب لهم التوفيق والسعادة .. في الحياة الدنيا والاخرة .. اللهم آمين.

إخــواني .. أشــقاء وأصـــدقاء .. مــن شـــاركوني طعـم الحيـــاة .. وبـادلوني الاخـلاص والوفـاء .. فكـانوا لـي نعـم الرفقـاء .. أستـضيء بآرائهم .. وأتشجع بـأقوالهم .. وهم بحمد الله كثر .. ربـي أعلم بهم .. جزاهم الله خير الجزاء ..

خالد العنزي

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

التبادل الإعلامي الحكومي العربي
دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية

إعـداد
خالد العنزي
إشـراف
الأستاذ الدكتور
عبد الرزاق الدليمي

الملخص باللغة العربية

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على تجربة اتحاد إذاعات الدولة العربية في التبادل الإعلامي. ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، للحصول على البيانات الأولية من مفردات عينة الدراسة في ضوء استمارة استبيان تم تصميمها لهذا الغرض. إذ تكونت عينة الدراسة من مديري ومنسقي التبادل الإعلامي العربي بالإضافة إلى مديري الأخبار في التلفزيونات العربية البالغ عددهم (48). وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أبرزها:

1. لا تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
2. لا تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

3. لا تؤثر مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
4. لا توجد جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أبرزها:

1. الاهتمام اكثر بالجهود الإصلاحية للتبادل الإعلامي العربي بين أقطار الدول العربية وذلك من خلال تحسين آلية التبادلات الإعلامية.
2. قيام الجهات ذات العلاقة بتنظيم ورش عمل تتعلق بالتبادل الإعلامي العربي لما له من أهمية في تطور وتحسين العلاقات بين أقطار الوطن العربي.

ABSTRACT

Arab Government Media Exchange
The Study Experience of Arab States Broadcasting Union

Prepared by
Kaled AL-Enezeh

Supervisor

Prof. Dr.

Abdul Razaq AL-Dulaimi

This study aimed to investigate the Experience of Arab States Broadcasting Union in Media Exchange. In order to achieve the objectives of the study, the study depend on desdriptive analytical approach to gather the primary information from the study sample which consisted of (48)Managers and coordinators of the Arab Media Exchange as well as managers in the Arab television news. The statistical package for social sciences (SPSS) and Statistica were used to analyze and examine the study hypotheses. The main conclusions of the study were:

1. Governments do not impact directly on the media and the nature of the Arab media exchanges at the level ($\alpha \leq 0.05$).
2. Global political pressures do not impact on Arab media freedom and Coverage at the level ($\alpha \leq 0.05$).
3. Current Structure do not impact on Arab media rights practice at the level ($\alpha \leq 0.05$).
4. There are no currently effort in Arab media exchanges at the level ($\alpha \leq 0.05$).

The main recommendations of the study were:

1. Take more attention to efforts to reform the Arab media exchanges between the Arab countries through improved media exchanges mechanism.

2. Organize workshops on Arab media exchange because of its importance in development and improvement of relations between the Arab countries.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

(1 - 1): تمهيـــــد
(1 - 2): مشكلة الدراسة
(1 - 3): أهداف الدراسة
(1 - 4): أهمية الدراسة
(1 - 5): أسئلة الدراسة وفرضياتها
(1 - 6): حدود الدراسة
(1 - 7): محددات الدراسة
(1 - 8): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

(1 - 1): تمهيـــــــد

يـوفر اتحـاد إذاعـات الـدول العربيـة خـدمات مهمـة للهيئـات الإذاعيـة والتلفزيونيـة الأعـضاء والجهـات الأخـرى للاسـتفادة منهـا علـى غـرار الخـدمات الهندسـية والاستـشارية، والتبــادل التلفزيـوني والإذاعـي الإخبــاري والبرامجــي والرياضـي، والتـدريب الإذاعـي والتلفزيـوني. كمـا يواصـل الاتحـاد بـذل مـساعيه للحصول على حقوق بث عدد من البطولات والأحداث الرياضية التي تخص هيئاته الأعضاء وتغطيتها باعتباره الجهة الأفضل التي يمكنها الحصول على حقوق النقل التلفزيوني للأحداث الرياضية بأسعار وشروط ميسرة.

وكان العرب قد قاموا بجهود إعلاميـة مشتركة لاسيما بالفضاء فـي مرحلـة مبكـرة مـن عمـر شبكات الفضاء الدوليـة إذ شـاركت اثنتـى عشرة دولـة عربيـة فـي تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية المعروفة باسم (Intelsat) وتعـود أصـل الفكرة إلى عام 1967 أثناء اجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب في مدينـة بنـزرت بتونس (الدليمي، 2011: 239).

ومن المؤكد أن دراسة الإعلام ونظرياته وتأثيراته والأبحاث المتعلقة بـه فـي الـدول العربيـة مـسألة شـائكة ومتـشعبة وغيـر سـهلة علـى الإطـلاق بسبب التغيـرات والمـستجدات العلميـة والتطـورات التكنولوجيـة التـي تلعـب دوراً مهمـاً فـي صـعوبة تحديد تلك النظريات والتأثيرات في ميدان الإعلام والاتصال الجماهيري وبتعبير

آخر أصبح الإعلام ممزقا بين تأدية رسالته وبين ضغوط الإعلام وتماديه حائرا بين عدة أمور منها (كرم، 1999):

1. تلبية طلبات السلطة وبين تبني مطالب المتسلط عليهم.
2. ضرورة مساهمته في برامج التنمية والتطوير وبين رغبة المهيمن عليه.

لقد أدى بروز ظاهرة العولمة خلال عقد التسعينيات من القرن الماضي بوصفها من أكثر المصطلحات تداولاً وانتشاراً في دول الغرب والشرق والجنوب، وتنوعت أساليبها ومضامينها ووسائلها، وأخذت حيزاً واسعاً في السياسة والاقتصاد والإعلام، ويتم تداولها في مجالات الحياة المختلفة. واتضحت مظاهرها على صعيد الواقع بوجود الولايات المتحدة الأمريكية كقوة عظمى ومنفردة على هرم المنظومة الدولية، وأسهم في تدعيم ذلك عوامل عديدة يأتي في مقدمتها القوة العسكرية والهيمنة الاقتصادية والنفوذ الإعلامي الواسع والفاعل على الصعيد العالمي والتقدم التكنولوجي لاسيما في وسائل الاتصال. وهذا ما جعلها تفرض سيطرتها على بعض بلدان العالم النامي، من خلال التوسع والهيمنة على سيادة واستقلال الدول (الدليمي، 2011: 268).

وانشغل الوطن العربي كغيره من دول العالم بإفرازاتها وتداعياتها، وبرز القلق بوضوح من مخاطرها بعد أن أسهمت قنوات البث الفضائي العالمية والعربية في تسويقها وتكريس قيمها وأهدافها، ورافق انتشارها سباق إعلامي بفعل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مستوى عمليات البث والتشغيل والاستقبال والإنتاج شكلاً ومضموناً، وأصبح التعامل مع تلك الوسائل على اختلافها يشكل

جزءاً أساسياً في حياة الفرد اليومية. وأضحت تلك الوسائل، ضرورة من ضرورات الحياة المعاصرة لإشباع الرغبات المعرفية والترفيهية للفرد (أمين، 2011: 92).

وتزامن انتشار البث الفضائي العربي الموسع مع بروز ظاهرة العولمة وما رافقها من تغيرات، الأمر الذي فرض أمام الإعلام العربي تحديات كبيرة في ظل عولمة الإعلام ولاسيما بعد أن توفرت الإمكانات لدى المواطن العربي في استقبال القنوات الأجنبية الوافدة إلى الوطن العربي وهو في منزله، ومنها ما يبث برامجه باللغة العربية، وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات سلبية بسبب تعرض المشاهد العربي إلى برامجها.

فإذا لم يجد المشاهد مادة إعلامية ثقافية إبداعية متطورة تلبي رغبته من خلال ما تقدمه الفضائيات العربية، يمكن أن تنافس برامج القنوات الأجنبية، فإنه سيكون عرضة للتأثر بدرجة أكبر بالبث الأجنبي الوافد مما يؤثر على صياغة تفكيره ووجدانه ومن ثم على هويته.

من هنا تحتل وسائل الإعلام مرتبة مهمة في المجتمعات وتخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريباً، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، ولو أن الأمر يختلف من مجتمع إلى آخر والتباين فيما بين الأفراد وارد؛ لكن، على العموم، يقضي الناس مقداراً كبيراً من وقتهم في سماع ومشاهدة الإذاعات التلفزيونية، ومنهم من يجد الوقت لاستعمال وسائل إعلامية اخرى كالصحف والإنترنت (بوطالب، 2011: 47).

وبسبب هذا التواجد الكلي لوسائل الإعلام، وقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة، أصبح الكثير من الناس منشغلين بوسائل الإعلام وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم، وبصفة خاصة على الشرائح الأقل سناً. وعليه فإن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها المفترضين، وعلى امتداد السبعين سنة الماضية، أديا إلى القيام بدراسات، يصعب حصرها، في مجالات متنوعة كالحملات الانتخابية، ونشر الاستحداثات وتصوير العنف ... إلخ، وفي مجالات التعليم والصحة والتنمية السياسية والاقتصادية. من هنا جاءت الدراسة الحالية لبيان تجربة اتحاد إذاعات الدولة العربية في التبادل الإعلامي.

(1 - 2): مشكلة الدراسة

مثلت العلاقات العربية العربية إشكالية كبيرة لاسيما ما يتعلق منها بالتبادل الإعلامي العربي حيث تتدخل الحكومات بشكل مباشر في التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي. وهذا ما سوف تتصدى له هذه الدراسة وتحديدا طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية.

(1 - 3): أهداف الدراسة

يتجسد الهدف الأساسي من هذه الدراسة في محاولة التعرف على تجربة اتحاد إذاعات الدولة العربية في التبادل الإعلامي. وذلك من خلال:

1. التعرف على طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية.
2. بيان كيف تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي.
3. تحديد كيفية تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية.
4. بيان مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية.
5. تحديد الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي.

(1 - 4): أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من أهدافها التي تلقي الضوء على قضية مهمة جداً وهي قضية التبادل الإعلامي العربي من خلال تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية، التي من المؤمل أن تعمل على ترسيخ مبادئ الديمقراطية.

كما تنبع أهمية هذه الدراسة من مجتمع البحث والعينة كونها تتعامل مع فئة مثقفة والمتمثلة بمديري التبادل الإعلامي العربي في التلفزيونات العربية، التي يعول عليها كثيراً في جعل التلفزيونات العربية متقدمة.

بالإضافة إلى ذلك فإنه تكمن مبررات إجرائها في قلة الدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بالتبادل الإعلامي العربي من خلال تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية، وكذلك تقديم هذه الدراسة دراسة أكاديمية جديدة، في مجال التبادل الإعلامي العربي، كما تُعد هذه الدراسة من الدراسات الرائدة التي علاقة بموضوعات حيوية وآني في العالم العربي.

(1 - 5): أسئلة الدراسة وفرضياتها

استناداً إلى مشكلة الدراسة وأهدافها، فإنه تم صياغة الأسئلة التالية:

1. ما طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية؟
2. كيف تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي؟
3. كيف تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية؟
4. ما مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية؟
5. ما الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي؟

وعليه، تمت صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: "لا تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

الفرضية الثانية: "لا تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

الفرضية الثالثة: "لا تؤثر مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

الفرضية الرابعة: "لا توجد جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

(1 - 6): حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على مديري ومنسقي التبادل الإعلامي العربي في التلفزيونات العربية والبالغ عددهم (48). إذ تم تنفيذ هذه الدراسة في النصف الثاني من العام 2011 في الكويت. أي أن الحدود الزمانية لهذه الدراسة ستأخذ التبادلات الإعلامية لفترة عامي 2010 ولغاية 2011.

(1 - 7): محددات الدراسة

تتناول هذه الدراسة مديري ومنسقي التبادل الإعلامي العربية في التلفزيونات العربية وإذاعاتها. وقد واجهت الباحث صعوبات أهمها قلة الدراسات العربية على حد علم الباحث حول هذا الموضوع. بالإضافة إلى أن نتائج الدراسة الحالية ستكون محصورة على التلفزيونات العربية وإذاعاتها.

(1 - 8): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

التبادل الإعلامي العربي: ويقصد به في هذه الدراسة

العملية التي يتم من خلالها تبادل البرامج والمعلومات بين تلفزيومات وإذاعات الدول العربية (الباحث).

اتحاد إذاعات الدول العربية: ويقصد به في هذه الدراسة

الاتحاد الذي يقوم بإصدار سلسلة من البحوث والدّراسات والنشريات الدورية وغير الدورية المتصلة بالعمل الإذاعي والتلفزيوني العربي كما يسهر على توثيق الندوات والملتقيات التي تنظمها الإدارة العامة وذلك بهدف:

1. اطلاع المهنيين العرب في المجال الإذاعي والتلفزيوني على الأنشطة والتجارب والإنجازات التي تقوم بها الهيئات الأعضاء.
2. تعريف الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية في المؤسسات الأكاديمية المتخصصة في مجال الإعلام والاتصال بتطور العمل في اتحاد إذاعات الدول العربية واطلاعهم على نشاطاته ومشاريعه وإنجازاته.

3. العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة بهدف التعريف بهذه التكنولوجيا لفائدة العمل الإذاعي والتلفزيوني.

4. توزيع وتبادل هذه المنشورات مع مراكز البحوث والمنظمات والاتحادات العربية والدولية المتخصصة في مجال بحوث الإعلام والاتصال وتعدّ هذه السلسلة مرجعا مهماً للمهنيين والباحثين والمنشغلين بمجال الإعلام والاتصال (الباحث).

واتحاد إذاعات الدول العربية هو منظمة مهنية عربية عريقة وناجعة، أنشئت في فبراير/شباط 1969 بالخرطوم بهدف "تقوية الروابط وتوثيق التعاون بين إذاعات الدول العربية الصوتية والمرئية وتطوير إنتاجها شكلا ومضمونا".

الـفـصل الثانـي

الإطار النظري والدراسات السابقة

(2 - 1): المقدمـــــــــة

(2 - 2): الإعلام ووسائله

(2 - 3): نظريات الإعلام

(2 - 4): نظرية ترتيب الأجندة

(2 - 5): التبادل الإعلامي الحكومي العربي

(2 - 6): اتحاد إذاعات الدول العربية

(2 - 7): الدراسات السابقة العربية والأجنبية

(2 - 8): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

(2 - 1): المقدمـــــــة

تحتل وسائل الإعلام مرتبه مهمة فى المجتمع وتخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريبا ، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، ولو أن الأمر يختلف من مجتمع إلى آخر والتباين فيما بين الأفراد وارد، لكن، هذا هو الواقع، إذ قضى الناس عددا معتبرا من الساعات أسبوعيا فى مشاهدة التلفزيون، ومنهم من وجد الوقت لاستعمال وسائل إعلامية أخرى مثل: الإذاعة والصحافة المكتوبة والسينما والمسرح والكتاب والإنترنت.

وبالرغم من الاعتقاد السائد في قوة وسائل الإعلام وفعاليتها غير أن تأثيراتها ما زالت غير مفهومة بصفة دقيقة، وما زال الجدل قائماً بشأنها ولا توجد نظرية واحدة تفسر كل التأثيرات، وهذا ما يؤكده أحد الباحثين البارزين James Curran بقوله "الاعتقاد بأن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير مهمة هو صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة (Curran, 2002: 158).

فوسائل الإعلام لم تترك العديد من المؤسسات الاجتماعية على الحياد، والنقد والقلق اللذين تم التعبير عنهما بشأن التلفزيون مثلاً، كانا من قبل قد وجها إلى السينما والرسوم المتحركة والصحافة الشعبية. وعليه فإن الانشغال بتأثيرات وسائل الإعلام ظهر بصفه ملحة نتيجه أجندة عمومية بدلاً من أجندة أكاديمية وببساطة تعتبر غير ملائمة لتعقد المسالة (Sonia, 1996: 306).

كما ركزت الحكومات والأحزاب السياسية على وسائل الإعلام كمصادر للتأثير القوي. وفى السنوات الأخيرة، أدركت المنظمات والأعمال أهمية وسائل الإعلام وعدتها القنوات الوحيدة للإشهار بدون منازع، ولكن أهمية وسائل الإعلام بالنسبة لهذة الجهات تكمن أيضا فى محتواها الفعال.

إن وسائل الإعلام هي القوة التي تصوغ أكثر من أي قوة أخرى الآراء و الأذواق والسلوك، بل المظهر المدني لجمهور يضم أكثر من 60 بالمائة من سكان الأرض، فقد أصبح الهدف الأول لوسائل الإعلام في وقتنا الحاضر هو الثقافة وخدمة المجتمع، ولكنها أصيبت بشيء من الانحراف وأصبحت هدفا للاستغلال من طرف أصحاب رؤوس الأموال، ومالت المشروعات الإعلامية على إرضاء المشاهدين والقراء متناسية الهدف الأساسي للإعلام. فلكل مجتمع مقوماته الأساسية التي تحرص أن تلتزم الصحافة بها وتترك بعض الأدوار لإحساس كل صحفي بمسؤولياته الاجتماعية وتقديره لظروف المجتمع وخطورة الكلمة وتأثيرها، وفي مثل هذه الرؤية يلتزم الصحفيون بذلك دون أي تشريعات تضعها الدولة، وإنما من خلال مواثيق اختيارية لأخلاقيات المهنة وترى دول أخرى أن لا تستند فقط على الضمير الصحفي وإحساسه الوطني بل الضروري أن تتضمن تشريعاتها وقوانينها الإعلامية بل يلزم الصحفيين للحفاظ على مقومات المجتمع تارة وسلطاتها الدينية أو العلمانية تارة أخرى وتفرض عقوبات على من يخالف ذلك ".خاصة بعد استفحال ظاهرة التعصب الذي أدى عبر التاريخ إلى حروب كلامية أحيانا ودموية أحيانا أخرى فالتعصب يعتبر من بين العناصر اللاأخلاقية التي تؤثر على الصحافة

سلبا كونها تعمل على تضخيم الأمور بإثارتها للتغيرات العنصرية أو الطائفية، نشر الأخبار التي تعرض أمن وسلامة الدولة إلى خطر انتهاك الأديان أو التعدي عليها، عدم الانقياد للقانون وغيرها وكلها مخلفات تؤثر على المبادئ والقواعد الأخلاقية لمهنة الإعلام ويجب على الصحفي تفاديها إنصافا للسلام والإنسانية (الصيفي، 2009).

(2 - 2): الإعلام ووسائله

لم تترك وسائل الإعلام العديد من المؤسسات الاجتماعية على الحياد، والنقد والقلق اللذين تم التعبير عنهما بشأن التلفزيون مثلا، كانا من قبل قد وجها إلى السينما والرسوم المتحركة والصحافة الشعبية. وعليه فإن الانشغال بتأثيرات وسائل الإعلام ظهر بصفه ملحة نتيجه أجندة عمومية بدلاً من أجندة أكاديمية وببساطة تعتبر غير ملائمة لتعقد المسالة (Sonia, 1996: 306).

فالإعلام "عملية تفاعل بين عناصر المجتمع يؤثر فيها ويتأثر بها وتخضع السياسة الإعلامية في أي مجتمع من المجتمعات للدراسة والبحث والمراجعة الدقيقة بحيث توضع قواعد للعمل الإعلامي على الأصعدة الثلاثة المحلية والعربية الدولية" (وزارة الإعلام الكويتية: الكتاب السنوي ،1970: 12).

وفي المجتمع العصري الحديث تتأثر الآراء والمواقف السياسية بصورة مباشرة أو غير مباشرة بوسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون والراديو والمجلات والكتب والأفلام التي تُعرض على شاشات دور السينما، فوسائل الإعلام

الجماهيرية تستطيع خلال فترة طويلة الأمد المشاركة في تغيير المواقف والميول والاتجاهات التي يحملها أبناء المجتمع إزاء القضايا والأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية والايديولوجية التي تهمهم، شريطة قيام هذه الوسائل ببث وعرض مناهج وفعاليات تتلاءم مع طبيعة الأفكار والممارسات المطلوب ترسيخها ونشرها بين الجماهير، وشريطة قيام أجهزة وقطاعات المجتمع الأخرى بتأييد وتعزيز مثل هذه الأفكار والممارسات (الحسن، 1983).

فأجهزة الإعلام هي وسائل مهمة ويمكن اعتبارها مربية وموجهة ومشاركة في عملية التنشئة السياسية التي تزرع الأفكار والقيم والمقاييس السياسية المطلوب نشرها وشيوعها وترسيخها بالمجتمع، وكما أن وسائل الإعلام تنقل الصورة والأخبار السياسية عن المجتمعات المختلفة وتنقلها لأفراد المجتمع بسرعة منقطعة النظير وتشارك بفاعلية بزيادة الوعي السياسي والفكري بين الجماهير وفي بلورة وترسيخ المعرفة السياسية بين قطاعات المجتمع المختلفة. وأما أهمية وسائل الإعلام في تغيير المواقف السياسية التي يحملها الأفراد إزاء قضايا ومواضيع معينة فلا يمكن التقليل من مكانتها وأثارها بصورة من الصور، فلها الدور الأكبر في تمسك المواطنين بأفكار ومعتقدات سياسية معينة دون أفكار ومعتقدات أخرى، ففي الحملات الانتخابية على سبيل المثال تقوم وسائل الإعلام في مساعدة الأحزاب السياسية على تنفيذ حملاتها الإعلامية والسياسية، فتبث أفكارها وأهدافها ومشاريعها المستقبلية في صفوف الشعب، وتنقل صورة قادتها إلى الشعب من خلال عقد الندوات معهم (عبده، 2004).

إذن وسائل الإعلام وبرامجها السياسية تكون محركة ومؤثرة في عقول وأراء الجماهير إذا انسجمت مع تطلعاتها وطموحاتها.

إذ تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحف ومجلات ... الخ على جمهورها المتلقي من خلال ما تقدمه من أخبار ومعلومات عن سلوكياته الإنسانية المختلفة، وتعمل من خلالها على إشباع حاجاته المختلفة، من ترفيه وأخبار ومعارف، وتلجأ إلى أساليب متنوعة لجذبه (اسماعيل،2003) .

وتلعب وسائل الإعلام في الوعي السياسي دوراً مؤثراً ومهماً، إذ تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر الوعي السياسي للفرد، ويؤكد عدد من الباحثين بأن ثقافة الفرد السياسية، واطلاعه على الآراء المستجدة المتعلقة بالقضايا السياسية، هي في الغالب تحمله إليه وسائل الإعلام، ومن خلالها يستطيع أن يكون الفرد معرفة سياسية له، فوسائل الإعلام بالنسبة له مصدر أساسي من مصادر المعرفة والإحاطة بالقضايا والمسائل السياسية.

ولقد أكد كل من (Konorae, et..al, 1975) المشار إليهم في البشر في دراسة لهما، على أن التعرض لوسائل الإعلام له تأثير كبير في زيادة المعرفة السياسية، وبالتالي التفاعل والتعاطي مع الأحداث السياسية (البشر،1997).

ولقد أكد كذلك (عبده، 2004) أن ثمة علاقة ارتباط بين التطور الضخم لوسائل الاتصال الجماهيرية وبين المعرفة السياسية، التي تسهم بشكل أساسي في تكوين الوعي السياسي.

وتتحدث الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام، على أن وسائل الإعلام، قد أصبحت تحتل موقعا متميزا من بين الأدوات التي تسهم في التنشئة والتربية السياسية وفي الثقافة والوعي السياسي، من خلال ما يمكن أن تقدمه للفرد من معلومات سياسية، وما تسهم به من تكوين لديه قيمه واتجاهاته السياسية وكذلك من خلال ما تقوم به من حث الفرد على المشاركة في العملية السياسية، وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أنه ثمة علاقة بين النمو السريع في وسائل الإعلام وبين تزايد المشاركة السياسية للمواطنين، حيث تعمل هذه الوسائل على تنمية المدركات السياسية للجماهير، ومن ثم يزداد تفاعلها في الحياة السياسية (العويني،1981).

لذلك فإن هذا التأثير لوسائل الإعلام، يجعلها إذا أحسن استخدامها، تدعم التنمية السياسية والثقافة السياسية لدى جمهورها وذلك بإمداده بالمعلومات، والحقائق، والخبرات اللازمة، وبإمداده بالأحداث السياسية الجارية بدقة ومصداقية، وكل ذلك يوجد المناخ الملائم للوعي والتنمية السياسية، وبالتالي تأهيل الجمهور بالشكل الملائم للمشاركة السياسية، وفي مشاركته في عملية اتخاذ القرارات وفي تعبيره السياسي(مصالحة، 1984). فالإعلام منهج وعملية تقوم على التنوير، والتثقيف، والإحاطة بالمعلومات والمعرفة التي تناسب عقول الأفراد ووجدانهم الجماعي، فترفع بذلك من مستواهم، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، ومن ثم فإن الإعلام على هذا النحو يعد عملية ووظيفة اجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام الجماهيري، وتبصير الجماعات على اختلاف مستوياتهم وتعدد نشاطاتهم بما يهيئهم لفهم وتفسير الموضوعات والقضايا والمواقف التي تمس كافة

المجريات والنواحي التي تتعلق بحياتهم، وتهمهم فكريا من أمور سياسية وعلمية واجتماعية، كما أنها تقدم التبرير الفعلي والعاطفي والوجداني لاتجاهات الدولة ومواقفها إزاء الأحداث الداخلية والخارجية، وتشرح تصرفاتها المختلفة، بحيث تشعر كل فرد بدوره وواجباته إزاء مجتمعه، وبالتالي تشعره بضرورة مشاركته الإيجابية في مناشطه الكثيرة ومساهمته في العمل على تقدمه وتطوره (النكلاوي، 1984).

وتعد وسائل الإعلام في المحيط السياسي، بمثابة حارسة البوابة والناقلة للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية، فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار، وفي نفس الوقت إقصاء الأفكار التي تعوق من تنميتها السياسية لدى أفرادها، بالإضافة إلى كونها منبراً للتعليم والتثقيف والتوعية والتربية السياسية من خلال ما ترسله من مضامين هادفة،وبدون وجود وسائل الإعلام فلا يستطيع أحد الاطلاع على الأحداث السياسية. ومع ذلك فان ثمة تحديات مهمة تواجه الإعلام جعلت الإعلاميين يغيرون من نظرتهم إلى آلية عمل المجتمع (الدليمي،2011: 193).

ونتيجة لتلك الأهمية لوسائل الإعلام وأثرها فقد اهتمت كافة الدول على اختلاف أيدلوجياتها بتنمية وتعزيز أجهزة إعلامها، لضمان تكوين رأي مؤيد لها (العمر،2001).

إذن ما تقوم به وسائل الإعلام من تلفاز ومذياع وصحف ومجلات لهو مهم في ايجاد الوعي السياسي لدى متلقيه، وهنا يمكن تسليط الضوء على اثنتين من وسائل الإعلام لها دور واضح في تكوين الوعي السياسي لدى الأفراد وهي:

1. الإذاعـــة :

يمتاز الراديو بأن موجاته تخترق كل أنحاء العالم، في أقل من لمح البصر فموجة الأثير تدور حول الكرة الأرضية 8/1 مرة في الثانية لا تقف في طريقها أي سدود أو حدود، في حين أن التلفزيون أكثر محدودية (متولي، 1987).

والإذاعة وسيلة يسهل الاستفادة منها لسهولة حملها، فكثير من الناس يستخدمونها كرفيقة عند أداء العمل، أو قيادة السيارة أو مع القراءة، إذ إن سماعها لا يتطلب التركيز، والراديو لايحتاج إلى معدات للتصوير أو الإضاءة بل له القدرة على إثارة هذه المناظر عن طريق المؤثرات الصوتية حيث يتقبل الناس المذيع او الراوي بسهولة (الدليمي، 2012: 61) وهي بهذا أسهل وسائل الإعلام منالا، إذ يمكن الاستماع لها في مختلف ظروف الحياة، في المنزل،في الشارع،وفي الأماكن العامة، وهي الوسيلة التي تعطي المستمع قدراً أكبر من الحرية، ومصادر أكثر تنوعاً للمعلومات، فهي تخترق حدود الدول،وتمتاز الإذاعة كذلك عن باقي وسائل الإعلام بأنها تستطيع الدخول إلى كل المجتمعات البشرية بصرف النظر عن الناحيه الأمية أو التعليمية التي يكون عليها المستمع، وبصرف النظر عن صغر سنه أو كبره لأن المادة الإعلامية عادةً تصاغ في عبارات بسيطة يدرك معانيها المثقف وغير المثقف مما يدفع مستمعيها إلى الإصرار على الاستماع إليها، وكما

تستطيع المادة الإذاعية اختراق الحدود والوصول إلى أبعد الآماد ولذلك قال عنها أحد الباحثين " بأنها جامعة شعبية كبيرة على الهواء، تمتاز عن غيرها من الجامعات بأنها لا تتقيد بمكان ولا بزمان،والمنتسبون إليها بالملايين(عمر، 1993).

فالإذاعة تساعد على تعليم الناس وتنويرهم، وتوجد تفاعلاً بينها وبين المستمع، وتعمل على مخاطبة عقله وتلامس مشاعره وأحاسيسه، فتؤثر عليه من خلال برامجها المطروحة من ألحان مذاعة أو إنشاد أو تمثيل .

إن للإذاعة كوسيلة اتصال تأثيراً كبيراً على الناس، وإنه لمن الممكن إصدار أحكام عريضة حول مدى تأثيرها على الجمهور المتلقي، وأحد السبل في هذا الشأن هو مقارنة النتائج التي تسفر عنها استطلاعات الرأي بالمضمون الذي تحمله وسيلة الإعلام المقصودة، ومثال على ذلك التأثير وقوته، العمل الإذاعي ذائع الصيت "حرب العوالم" الذي قدمه الممثل اورسون ويلز عام 1983، وكان يدور حول سنوات الحرب الأمريكية الفيتنامية، فأدى هذا البرنامج الإذاعي إلى إشاعة الذعر والقلق والرفض للحرب، ولقد أجرى أحد الباحثين الأمريكان سنة (1977) عدداً من البحوث والدراسات حول وسائل الإعلام ومنها الإذاعة،فأظهرت نتائجها بأن وسائل الإعلام بمثابة عنصر فعّال، وتعمل من خلال عوامل ووساط، سواء كانت تتعلق باتجاهات الجمهور ونواياهم السياسية الانتخابية،أو توجههم العام إزاء المشكلات السياسية والحياة ومشاكلها،وهذه الوسائط التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام تعمل على تعزيز التأثير، وليست إحداث التغير، وتعمل على وجود نوع

من الإدراك والتشكيل الاختياري، لما يسمع ويرى، وكذلك تسهم في ثقافته السياسية والاجتماعية.

وهناك من يقول بأنه لا يستطيع أحد أن يزعم أن التعرض لوجهة نظر إعلامية مفضلة سوف يؤدي بالضرورة وفي لحظتها إلى تحويل الولاء السياسي، غير أنه من الأمور الأساسية في هذا الشأن دراسة الطريقة التي تظهر بها هذه الحجج في التقارير الإعلامية،وفي معتقدات الجمهور، مما يتيح تشكيل خيوط من الثقافات السياسية والمواقف والآراء (عمر، 1993).

2. التلفـــاز :

يظهر التلفاز من بين الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا في الحياة السياسية من الإذاعة الصوتية والصحف والمجلات والأفلام، وأن ما يميزه كوسيلة جماهيرية بأنه يستخدم فيه التكنولوجيا الحديثة التي تساعد على نقل رسالته الإعلامية بسرعة وبطريقة مصورة. فالتلفزيون ليس مجرد راديو زائدا شاشة ولا مجرد سينما في المنزل انه زائر مهم وعزيز في كل بيت (الدليمي، 2012: 67).

ويعد ظهور التلفاز كوسيلة اتصال جماهيرية تجسيدا لخلاصة التقدم الذي أحرزته وسائل الاتصال، فهو أداة اتصال تجمع ما بين الكلمة والصورة في وقت واحد، وإذا كان المذياع قد أحدث ثورة في وسائل الإعلام في سنوات ما بعد الحرب العالمية الأولى فإن اختراع التلفزيون قد شد انتباه العالم كله في النصف الثاني من القرن الماضي نتيجة لما أحدثه في مجال الإعلام الجماهيري.

وأما تأثير التلفزيون مصدراً للوعي السياسي، فإنه يكون أكبر في المجتمعات التي تنتشر فيها نسبة الأمية، وخصوصا في الريف فهو يعمل على تشكيل وتنمية وعيهم بشكل كبير كما أن التلفزيون يعمل في تعديل المعرفة والاتجاهات عند قطاعات كبيرة من أفراد المجتمع،ويعمل كذلك على تزويدهم بحقائق، وأبعاد كثير عن المشكلات السياسية الموجودة في بلد من البلدان.

ولكون التلفزيون يتمتع بصفة الفورية في نقله للأحداث الجارية في العالم في زمن حدوثها، فإنه يُوجد نوعاً من المشاركة الجماهيرية، فالمشاهد يعيش عالمين في آن واحد، فهو يشاهد ما يحدث في العالم من حوله وهو جالس في عالمه الخاص (ويفرز ،1975).

وللتلفزيون دور مهم بعده مصدراً مجدداً للخبرة السياسية والمعلومات السياسية، فعن طريقه يتم عرض تطورات الأحداث إخباريا، وهو بذلك يجلس المشاهد أمامه بكل جوارحه، لمشاهدة ما يجري.

وللتلفزيون في نقله للأخبار وآخر التطورات في المواقف السياسية المختلفة الدولية والمحلية، يقدم دورا أساسيا في تكوين المعرفة والثقافة السياسية لمشاهديه، وأن ما يرافقه من تفاعل ونقاش بين متلقيه لما يعرضه من أحداث تساعد في نضجه ووعيه، وأما الأحداث السياسية التي يتم تجاهلها فإنه يقل تأثيرها السياسي أو لا يكون لها أي تأثير (معوض،2001).

والتلفزيون من خلال تقديمه للأحداث المختلفة الجارية يسهم في توفير وتهيئة المناخ اللازم للتنمية السياسية لدى أفراده، فهو يساعد على ربط المشاهد بإحداث

وطنه،فيزيد شعوره ويخاطب عقله ووجدانه مما يسهل له أن يكون رأيا عاما لديه، مما يدفعه الى المشاركة الفعّالة لذلك فإن التلفزيون بما يقدمه من أخبار وأحداث مختلفة وما يتبعه من تفسيرات وتوضيحات، ووصف الفاعل السياسي منها، فإنه بذلك يصبح عنصراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي (مرزوق، 1973).

ولقد اتفق خبراء الإعلام على أن صورة واحدة أبلغ من ألف كلمة، وأكدوا على أن هذا العصر هو عصر الصورة والخبر أو ما اصطلح عليه بعصر انتقال المعلومات، وهذا يستدعي تساؤلا ما مدى تأثير الصورة في العملية الإعلامية، سواء كان استعمالها كأداة للتوعية والإقناع، أو وسيلة للدعاية والترويج، وأسلوبا للإثارة، وباختلاف وتباين الأهداف والغايات ندرك تأثير الصورة، والأمر لا يرتبط فقط بوصول الصورة إلينا وإنما فيما تخاطبه من مكامن الشعور ومناطق الإدراك لدينا، ويرتبط الأمر في طريقة الاستعمال وتوجيه الصورة إلينا، وهنا تُطرح الصورة كمؤثر في العملية الإعلامية، ويدرك الكثيرون أن طلقة موجهة قد تصيب شخصا ما، ولكن الصورة المترجمة لهذه العملية، حتما تصيب ملايين الأشخاص.

ويقول خبراء الإعلام في هذا الشأن إنه إذا أردنا أن نظهر أية صورة تدل على أننا نعاني من الظلم مثلا، فعلينا بثها بشكل يجعل المشاهد يرى ما هو خلفها، بغية أن يبذل جهداً لفك رموزها، وهكذا تنطبع الصورة في ذهنه لمدة أطول، لأنه استغرق وقتا ليفهمها (أبو عرجه، 2000).

ولذلك نجد الدول المتقدمة تعمل في وسائلها الإعلامية، على تشكيل صورتها الذاتية والثقافية والبصرية بما يثير الإعجاب والتأييد لها، وزيادة الوعي بهويتها من قبل أبنائها (صالح،2005).

(2 - 3): نظريات الإعلام

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف النظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب نظريات الصحافة الأربع لبيترسون وشرام.

ويرى (الدليمي، 2011: 49 – 56) هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام ففلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم وأشمل من النظريات، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام بعدها فلسفة الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية(مرسل، ومستقبل، ووسيلة ...الخ). وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى

المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين.

1. نظرية السلطة

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد عل نظريات أفلاطون ومكيافيللي، وترى أن الشعب غير جدير على أن يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها. وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة؛ وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة في ظل هذه النظرية ، وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله: "إنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء".

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

2. نظرية الحرية

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر. ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام؛ أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة. وتتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع (الدليمي، 2012: 163).

وقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، إذ أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون على حساب مصالح المجتمع وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا

يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه.

3. نظرية المسؤولية الاجتماعية

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية ، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية ، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية. ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة ــ ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية ــ ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك أن

الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية. وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى. ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكوا وسائل الإعلام في ظل هذه النظريات ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام (الدليمي، 2012: 120).

4. النظرية السوفيتية (الاشتراكية)

إن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وانجلز ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك سلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس الحزب الشيوعي.

إن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات لا طبقية، وبالتالي لا وجود صراع للطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع. وقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها بالآتي (الدليمي، 2012: 167):

- زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.
- يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
- تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
- يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
- إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.

5. النظرية التنموية

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي التي ظهرت للوجود في منتصف هذا القرن هي بالتالي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات، وتقوم

على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "ماك برايت" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنت هذه النظرية تعد مهمة ومفيدة لدول العالم النامي لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية. كما ان هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظرف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تظافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي (الدليمي، 2012: 168).

6. نظرية المشاركة الديمقراطية

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديدا، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية

الاجتماعية وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية. فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة بديلا عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه الصفوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر. ويعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهل الأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام.

وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها. وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية (الدليمي، 2012: 122):

- إن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها.
- إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية.
- إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيون العاملون بوسائل الإعلام.
- إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.

- إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم التي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- إن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين.

وهناك من أطلق عليها نظريات أو فلسفات (كما سماها لونشتاين) وهي:

1. النظرية السلطوية
2. النظرية السلطوية الاجتماعية
3. النظرية الليبرالية
4. النظرية الليبرالية الاجتماعية
5. النظرية الاجتماعية المركزية

ومن المحاولات لتفسير النظريات يشير كل من دافسيون وبولاندو فردريك في كتابهما (وسائل الاتصال: النظام والتأثير الذي ظهر عام 1978 أي في وقت كان فيه الاتحاد السوفيتي قائما) حيث قالوا بوجود ثلاثة أنظمة إعلامية وهي (الدليمي، 2012: 123):

اولا : النظام الإعلامي الديمقراطي ويتركز في الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوربا.

ثانيا: النظام الإعلامي الشيوعي وتركز حينها في الاتحاد السوفيتي ودول أوربا الشرقية والصين.

ثالثا: النظام الإعلامي التنموي وهو منتشر لحد الآن في اغلب الدول النامية أو العالم الثالث.

وهناك تصنيف قدمه رولاندز (رئيس تحرير التايمز اللندنية الأسبق) بعد زيارته للولايات المتحدة الأمريكية حيث ألف كتاباً بعنوان (الإعلام والتغيير) انتهى إلى القول بوجود نظامين إعلاميين فقط هما:

أولا : نظام إعلامي تسيطر عليه الحكومات.

ثانيا: إعلام مستقل عن الحكومات.

(2 - 4): نظرية ترتيب الأجندة

ظهر مصطلح "ترتيب الأولويات" أو "تحديد الأجندة" Agenda Setting Theory في الولايات المتحدة الأمريكية، وتحديدا في إحدى الجامعات شمال كاليفورنيا، وذلك في دراسة عن دور وسائل الإعلام في حملة الانتخابات الرئاسية لعام 1968، إذ تعد الدراسة التي قام بها كل من (McCombs & Shaw)الدراسة التطبيقية الأولى التي استخدمت ترتيب الأجندة العامة وذلك في عام 1972، إذ وصفت هذه الدراسة الطريقة التي تؤثر فيها وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة العامة، وكذلك في تقديم العلاقة بين الأجندة الإعلامية والأجندة

العامة، بافتراض أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تعرفنا بالعالم الذي يحيط بنا وإن أولويات الإعلام تؤثر في أولويات الجمهور وأن العوامل المهمة في الإعلام تصبح مهمة في عقول الجماهير إذا تم تغطيتها من وسائل الإعلام (Soroka, 2002:7).

وترجع الأصول التاريخية لنظرية ترتيب الأجندة إلى (والتر ليبمان)، إذ كان أول من أشار إليها وذلك في كتابه (الرأي العام، 1922)، إذ ذكر أن "وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، كما تعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع" (مكاوي والسيد، 2002: 288).

وهناك تعريفات كثيرة وضعها الباحثون لنظرية الأجندة، منها تعريف (Lyengar & Simon) إذ عرّفاها بأنها " قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة" (أحمد، 2009: 8).

وتعمل بحوث الأجندة على دراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لها، ودور هذه الوسائل في تحديد أولويات القضايا المختلفة التي تهم المجتمع (أحمد، 2009: 6). فهذه النظرية تفترض أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تنقل جميع القضايا والأحداث التي يمر بها المجتمع، وإنما يعمل القائمون على هذه الوسائل على انتقاء بعض الموضوعات ليتم تكثيف التركيز عليها، والتحكم بطبيعتها وبمحتواها، مما ينتج عنه إثارة لاهتمام الأفراد وتفكيرهم بهذه الموضوعات أكثر من سواها من المواضيع التي لا يتم طرحها والتركيز عليها في وسائل الإعلام (مكاوي والسيد، 2002: 288).

وهذه الفكرة تؤيد ما جاء به (Lang & Lang, 1966) إذ أشارا في تقريرهما إلى أنّ "وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد بعدهم أعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروا به" (مكاوي والسيد، 2002: 289).

وبحسب النظرية، فإن العلاقة بين أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات الجمهور ليست منعزلة عن الواقع الاجتماعي، ولا عن المتغيرات الأخرى التي تؤثر على الوضع النهائي للأجندة، سواء للوسيلة أو الجمهور (إسماعيل، 2003: 272-273).

وفكرة النظرية تقوم على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تُناقش بناءً على أهميتها, فإن وسائل الإعلام لها جدول أعمالها الخاص التي تحدد الأهم والأقل أهمية من الموضوعات والأحداث، إذ إن الناس يتحدثون في حياتهم اليومية عن الموضوعات أو الأحداث التي تظهر في الوسائل الإعلامية, وبمجرد اختفاء هذه الأحداث من واجهة الصحف, مثلاً, فإن الناس سوف تنساها تدريجياً، ونظرية الأجندة تستند على أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على الأفراد والحياة الاجتماعية، حيث ترى أن وسائل الإعلام هي التي تحدّد المواضيع التي تهتم بها الجماهير وتضعها على أجندتها، وهي تقرر مدى أهمية هذه المواضيع والتغطية الإعلامية الواسعة التي تنالها وتتجاهل مواضيع أخرى لها نفس التأثير والأهمية التي يعطيها الجمهور للموضوع، بمعنى آخر أن وسائل الإعلام هي التي توجه اهتمام الجمهور لمواضيع معينة وبشكل يوحي للجمهور بأهمية هذه المواضيع، وتتجاهل مواضيع أخرى بشكل يوحي للجمهور بأن هذه المواضيع هامشية وعديمة الأهمية (O'Sullivan, et..al, 1994:6).

وهذه النظرية تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع، كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات, لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً, و تجعلهم يدركونها, ويفكرون فيها,

ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

إذ يرى (O'Sullivan, et..al, 1994:6) أن نظرية الأجندة في وسائل الإعلام تقرر للجمهور بماذا يفكر وبماذا لا يفكر، حيث يوجد ثلاثة أجندات هي:

1. الأجندة الإعلامية: وهي جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام والذي يقرر أي المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها وأي المواضيع سيتم تجاهلها وأي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.
2. الأجندة السياسية: هو جدول الأعمال على المستوى السياسي، أي المواضيع التي يتناولها السياسيين التي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو مصالح ضيقة من المجتمع.
3. الأجندة الجماهيرية: المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم في البيوت.

ويرى (Dearing & Rogers, 1996:22) أن هناك تأثيرات متبادلة بين الأجندات الثلاثة وكما يلي:

1. الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة الجماهيرية، وذلك نتيجة لقدرتها في التأثير وجذب الجمهور لها.
2. الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة السياسية، فالسياسيون متأثرون جدا بالأجندة الإعلامية لأنهم يعدون الأجندة الإعلامية كتعبير للرأي العام.

3. الأجندة السياسية تصمم الأجندة الإعلامية،خاصة في المواضيع المتعلقة بالسياسة والحكومة التي يتوجب على الإعلام تغطيتها بهدف نقل المعلومات للجمهور واطلاعه على ما يجري في الدولة على المستوى السياسي.

4. الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة السياسية، فالسياسيون يهمهم معرفة الرأي العام ومتأثرون بالجمهور لذلك الجمهور في هذه الحالة يصمم للسياسيين جدول أعمالهم.

5. الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة الإعلامية، هنالك مواضيع على المستوى الجماهيري التي توجب وسائل الإعلام على تغطيتها بسبب أهميتها: مثل الكوارث الطبيعية.

وبسبب اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام, أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية وبالذات الصحافة أهم الوسائل الإعلامية تأثيراً في تشكيل أفكار وآراء الجمهور, وبالتالي تؤثر حتى في تحديد أولويات الجمهور وفيما يظنه مهم أو غير مهم, وذلك بالتركيز على موضوعات معينة أو التعتيم على موضوعات أخرى, مما يجعل الجمهور يتفاعل مع القضايا المثارة إعلامياً و يتناسى أو ينسى القضايا غير المثارة إعلامياً، وهذا ما أثار اهتمام الباحث الإعلامي لازرفيلد في عام 1944 عندما بحث في قدرة وسائل الإعلام الجماهيرية على صياغة وتشكيل أولويات الناس تجاه القضايا المختلفة في المجتمع، بحيث أنه إذا تم التركيز على قضية معينة في الإعلام, فإنها ستحظى بنفس الاهتمام لدى الجمهور, والعكس صحيح (Ronald & Maxwell, 1997:5)

ويلاحظ بأن وسائل الإعلام تحدد للجمهور أهمية المواضيع بالنسبة للجمهور، وهذه الأهمية تظهر إذا تمت تغطية الموضوع أكثر من مرة في وسائل الإعلام، والموقع والمكان الذي ينشر فيه الخبر، فالموضوع الذي ينشر على الصفحات الأولى في الجريدة أو يعرض في بداية نشرة الأخبار يعد موضوعاً مهماً بنظر الجمهور، وبالمقابل فان التطرق المقتضب (القليل) لقضية معينة يجعلها عديمة الأهمية بنظر الجمهور، فوسائل الإعلام هي التي تلبي حاجات الجمهور المعلوماتية وتوجه اهتمامه وأفعاله نحو قضايا بعينها, فهي التي تطرح الموضوعات, وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد, وما الذي ينبغي أن يعرفوه, وما الذي ينبغي أن يشعروه به (الدليمي, 2010: 26).

وحين تقرر وسائل الإعلام تخصيص معظم الوقت والمساحة في التغطية الإخبارية لقضية ما, فإن هذه القضية سوف تكتسب أهمية قصوى لدى الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل، وإذا ما أردنا أن نسقط هذه النظرية أو أن نوظفها في مواضيع الحراك السياسي، فإننا نستطيع القول بأن الاهتمام في الزمن والمساحة التي تغطيها الصحف للقضايا السياسية, فإنها ستجعل بقية أفراد المجتمع تهتم بهذه القضايا وتتحدث عنها، والعكس صحيح أيضاً, فإنه عندما تهمل وسائل الإعلام إثارة قضايا الحراك السياسي, أو لا تعطيها وقتا ومساحة كافية, فإن اهتمام الجمهور يتلاشى ويختفي لهذه القضايا, وهذا ما يحدث في الواقع, حيث لا تهتم وسائل الإعلام كثيراً في قضايا الحراك السياسي وبالتالي لا نستغرب كثيراً عندما نرى عزوف أفراد المجتمع عن الاهتمام بهذه القضايا.

إذ أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الرئيسة (الإذاعة, التلفزيون, الصحافة) هي الوسيط بين الأحداث وبين أفراد الجمهور, فهي تنقل الأخبار والمعلومات والرأي والتفسير والتحليل, وهي بذلك تسهم في خلق "واقع اجتماعي" يعيش فيه أفراد الجمهور, ولذلك تبدو أي عملية تغيير في المنظومة الفكرية والثقافية لدى الفرد غير ناجعة إذا لم توظف وسائل الإعلام التوظيف الصحيح. فكرة النظرية أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تُناقش بناءً على أهميتها, ولذا فإن وسائل الإعلام لها جدول أعمالها الخاص التي تحدد الأهم والأقل أهمية من الموضوعات والأحداث.

وقد اعتمد الباحث على هذه النظرية انطلاقا من أن المهمة الأساسية للجهاز الإعلامي في مجال الحراك السياسي، هو تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة حول هذا الحراك، وبالتالي فإن الإعلام يتولى مهمة حشد الطاقات الإعلامية البشرية والمادية، وتوسيع جهود المؤسسات الإعلامية الجماهيرية والشخصية من خلال وحدة العمل الإعلامي بجميع صوره وأشكاله، واستغلال كل وسائل الإعلام، وجعلها تنصب على كيفية توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة للتعامل مع معطيات الحراك السياسي، وتشجيعهم ليكونوا على إدراك ووعي كامل بها، كذلك بمساهمته في تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته، ووضع

إستراتيجية لتلبية متطلباته واحتياجاته، وتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرق لمعالجتها.

(2 - 5): التبادل الإعلامي الحكومي العربي

عُرف الإعلام العربي المشترك بأنه النشاط الإعلامي والدعائي الذي تمارسه مؤسسات جامعة الدول العربية لتحقيق أهداف وغايات من شأنها التعبير عن مصالح الأمة العربية سياسياً وإعلامياً وحضارياً، فوظائف هذا الإعلام تتعدد بالاهداف المناط به قومياً ودولياً فهو الإعلام عن الأمة العربية وقضاياها لا سيما قضية الصراع العربي الصهيوني بعدها قضية أساسية في إطار القضايا العربية، وهذه الوظيفة في رأي أصحاب هذا التقسيم أهم وظائف الإعلام العربي وتمارسها جامعة الدول العربية تنفيذاً وتنسيقاً نيابة عن الأقطار العربية وليس بإرادة مستقلة تملكها إضافة إلى قيامها بوظيفة التعبئة المعنوية والسياسية والقومية للإنسان العربي حفاظاً على معنوياته وحصانة أفكاره (الدليمي، 2011: 220).

ومن منظور التخطيط الإعلامي المشترك، فقد بين (الدليمي، 2010: 79 ــ 80) أن التخطيط الإعلامي في الأقطار العربية قد طرأ عليه تطور مهم ظهر في التأكيد على أهمية النظر إلى مختلف عناصر النظام القومي ككل متكامل يسعى إلى تحقيق أهداف إجتماعية واقتصادية وسياسية، مع أخذ التطورات التكنولوجية المعاصرة بنظر الاعتبار لتحقيق أهداف المجتمع في مجال التنمية والتطوير.

وبمنطق آخر بين (العمر، 2002) مجموعة من المعوقات التي تعيق التبادل الإعلامي بين الدول العربية، وهي:

1. إن التخطيط على المدى الطويل بمعناه العلمي ما زال حكراً في معظم الأحيان للمخططين في المجال الاقتصادي وحدهم، بل إن مفهوم هذه العبارة في مجال الإعلام ليس واضحاً الوضوح الكافي في كثير من الأحيان لدى جانب من المسؤولين عن وضع السياسات الإعلامية.
2. إن لجان التخطيط الإعلامي،تشغل نفسها في معظم الأحيان بالأحداث السياسية أو بالأوضاع الطارئة بحيث يستحيل عليها أن تعطي اهتماماً عميقاً لموضوع التخطيط الاتصالي المتكامل بعيد المدى.
3. عدم تقدير أبعاد الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال الجماهيري بالنسبة لخطط التنمية الاقتصادية وذلك من جانب المخططين الاقتصاديين والمؤسسات الاقتصادية، وعدم وجود التمثيل المناسب لأجهزة الاتصال الجماهيري في عمليات التخطيط الاقتصادي والاجتماعي.
4. الافتقار، في معظم الأحيان، إلى روح التعاون الفعلي وليس الرسمي بين الأجهزة الحكومية التي يتصل عملها بالتنمية الاجتماعية والثقافية والإعلامية.

ويحدد (الدليمي، 2011: 214) أن السياسة الإعلامية العربية المرتبطة بالتبادل الإعلامي تحتاج إلى مرتكزات أساسية اهمها:

1. تطوير مؤسسات الإعلام والاتصال داخل الوطن العربي انطلاقا من مبدأ الاعتماد على الذات وعدم الركون إلى ما يمكن أن يقدمه الآخرون كالدول

الصناعية التي تقف ضد عملية تطوير هذه المؤسسات الإعلامية وقواعدها الفنية والبشرية بحجة أن الإعلام في العالم الثالث بوجه عام لا يتمتع بحرية كافية وأنه تحت سيطرة الحكومات.

2. النظر إلى قطاع الإعلام في النظام العربي السياسي والاقتصادي والقانوني كجزء حيوي وقطاع منتج شأن أي قطاع آخر من القطاعات الإنتاجية في المجتمع العربي ولا بد من حشد الإمكانيات العربية المتوفرة امام تحديات الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام ووسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمكتوبة.

3. تجاوز القضايا القطرية لكل دولة عربية للتركيز على بناء نظام إعلامي عربي يهتم بالتوعية القومية بخصوص وحدة الأمة العربية والوطن العربي وأمنه القومي.

4. الاعتماد على التخطيط العلمي البعيد المدى لعملها داخل الوطن العربي وخارجه وأن تستفيد من جهود المنظمات والاتحادات العربية الرسمية وخاصة العاملة في مجال الإعلام والاتصال وأن تشترك الصناديق ومؤسسات العون العربي الداخلي والخارجي في دعم الإعلام الخارجي وضمان تدفق المعلومات من الوطن العربي.

ويرى (العمر، 2002) أن تخطيط الإعلام العربي على المستوى القومي مشكلة معقدة بسبب تداخل الوطن العربي في دوائر وحركات وتنظيمات دولية عديدة تخلق بدورها اهتمامات قد يكون مجال الاشتراك أو التباعد فيها غير واضح، وقد يكون ترتيب الأولويات على المستوى القومي أمراً عسيراً تحكمه

اعتبارات قطرية، ومنها صعوبة وضع سياسات إعلامية كاملة ومتكاملة لأن الإعلام بطبيعته متعددة الأبعاد إلى حد كبير، ويغطي مجالات مختلفة متصلة بتفكير المجتمع وسلوكه وقيمه ومعتقداته واحتياجاته.

ويرى (الدناني، 2004) أن الهدف الاستراتيجي للأعلام العربي المشترك يتمثل بإحداث تغيير إيجابي في الرأي العام العالمي بتصحيح صورة الإنسان العربي، وإيضاح الحقائق المتعلقة بقضايا الأمة العربية وفي مقدمتها قضايا فلسطين والعراق، وإقامة جسر من التفاهم البنّاء مع جميع شعوب العالم في خدمة التعاون الدولي والتضامن العالمي مع أمتنا والتعاطف مع قضاياها مستخدماً في ذلك جميع وسائل الإعلام (الاتصال)، ومسعيناً بالرصيد الحضاري للأمة العربية، وبمعطيات التقدم ومؤشرات التنمية في الوطن العربي. إذ أكد (العمر، 2002) أنه على الرغم من وجود هدف استراتيجي ثابت نسبياً ومتفق عليه من جميع الأقطار العربية، فإنهم لم يضعوا سياسة إعلامية مشتركة وثابتة وجرت محاولات عدة تتجاوز هذه العقبة إلا أنها لم تسفر إلا عن وعود (نظرية).

وقد أعد مجلس وزراء الإعلام العرب بيانات بالأهداف التي تخص الأقطار العربية إذ نصت على ما يلي (معاوي، 2011: 4 – 5):

1. تعزيز التضامن العربي والتركيز على وحدة الأهداف والمصير،وتعميق الإيمان بالوحدة العربية والتنبيه إلى الخطر الداهم الذي تمثله قوى الصهيونية.

2. توعية الشعب العربي بمتطلبات المرحلة في سبيل الرقي والقوى الحقيقية للإشعاع الحضاري.

3. نشر الوعي بالمفاهيم الصحيحة للقومية العربية، ومقاومة الاتجاهات التي تناهض أماني الشعب العربي.

4. ترسيخ إيمان المواطن العربي بالمقدسات والقيم الروحية.

5. تبصير الجماهير العربية بأبعاد المعركة وتعبئتها ضد العدوان.

6. التركيز على ما قرره مؤتمر الخرطوم من عدم الصلح مع إسرائيل أو الاعتراف بها أو التفاوض معها، والتمسك بحق الشعب الفلسطيني في وطنه.

ويؤكد (الدليمي، 2010: 90 ـ 91) بأن التعاون الإعلامي العربي قد تطور خلال السنوات الأخيرة للأسباب التالية:

1. تطور الرؤية السياسية التضامنية لدى الأقطار العربية بسبب التحديات الحضارية.

2. حاجة الأقطار العربية إلى التكامل العربي في مختلف ميادين الحياة وخاصة ميدان الاقتصاد والثقافة والإعلام لأسباب ثقافية وحضارية تتعلق بطبيعة المنطقة العربية وثقافتها المشتركة ولغتها الخاصة.

3. حاجة الإنسان العربي إلى التقرب من التجارب العربية المختلفة في ميدان الإعلام وخاصة في مجال التبادل التلفازي المتعلق بالبرامج والأفلام والدراما.

4. المتغيرات الدولية في النظام السياسي العالمي وما تشكله هذه المتغيرات من تأثيرات على الوطن العربي وأنظمته السياسية المختلفة.

5. الغزو الثقافي والإعلامي للمنطقة العربية وتأثيراته على النظام السياسي والإعلامي والاجتماعي وما يتطلبه من تعاون عربي إعلامي وثقافي في صد هذا الغزو، وتوليد البدائل العربية لاحتوائه ضماناً لحصانة الإنسان العربي وحماية الأمن القومي العربي.

وبهذا يعد الإعلام العربي المشترك وسيلة من وسائل مباشرة السياسة العربية المشتركة، إلا أن غلبة النزعات والمصالح القطرية على الروح والمصالح القومية تمثل عوامل إحباط عند وضع السياسات الإعلامية القومية وتنفيذها، بل وتحول هذه السياسات إلى مجرد أفكار أو تصورات نظرية لا جدوى منها (الدليمي، 2010: 81).

يتم تبادل البرامج الإذاعية في الهيئات الأعضاء من خلال نظام تبادل البرامج الإذاعية عبر الساتل VSAT الذي تم تدشينه في 2000/2/9 وذلك بالنسبة للهيئات المرتبطة بالنظام ومن خلال الاستنساخ والتوزيع بالنسبة للهيئات غير المرتبطة بالنظام ويتم تبادل البرامج عبر الساتل وفق ضوابط وإجراءات التنسيق الخاصة بالتبادل عبر الساتل. وتتضمن التبادلات الإذاعية ما يلي:

1. التبادلات الجماعية الثابتة، وتتضمن:

(1 ـ 1) التبادل الشهري (المخزون البرامجي): ويتضمن مجموعة من المختارات البرامجية الإذاعية التي يتم تبادلها بين الهيئات الأعضاء وفق جدول زمني يتيح لهيئتين كل شهر عرض برامجهما للتبادل.

(1 ــ 2) برنامج اللقاء العربي وهو برنامج يتم اختيار موضوعه سنويا من قبل اللجنة الدائمة للإذاعة بهدف إبراز المعالم الثقافية والاجتماعية والفنية في الدول العربية، ومن المواضيع التي أنجزت السياحة في الوطن العربي عام (1997)؛ والتراث الموسيقي الشعبي عام (1998)؛ والمعالم الأثرية في الوطن العربي عام (1999)؛ والأسواق العربية التقليدية عام (2000)؛ والأمثال الشعبية العربية عام (2001)؛ وأعلام الأدب العربي المعاصر عام (2002)؛ وأدب الأطفال في الوطن العربي (2003)؛ والعلماء المعاصرون في الوطن العربي عام (2004)؛ والتجارب المسرحية المعاصرة في الوطن العربي (2005).

(1 ــ 3) البرامج الخاصة: وتتولى اللجنة الدائمة للإذاعة اختيار مواضيع برامج ذات أهمية خاصة وتتولى الهيئات الأعضاء انتاج حلقاتها وعرضها للتبادل فيما بينها، وقد تم إنجاز وتبادل الموضوعات التالية المساجد في الوطن العربي عام (1998)؛ والقدس عربية عام (1999)؛ وبرامج الأطفال عام (2003)؛ والبرامج العلمية (2004)؛ وبرامج البيئة عام (2005).

(1 ــ 4) برنامج اعرف بلادك: وهو برنامج يعنى بتنمية وتنشيط السياحة البينية في الأقطار العربية، وقد بدأ عام 2000 ويتم تحديد موضوعه سنويا من قبل اللجنة الدائمة للإذاعة وتتولى كل هيئة من الهيئات الأعضاء إنتاج حلقة منه وعرضها للتبادل، وتم اختيار المواضيع التالية المعالم والأنشطة السياحية في الوطن العربي عام (2000)؛ والموانئ البحرية في الوطن العربي عام (2001)؛ والمناطق السياحية

في الوطـن العربـي عام (2002)؛ ومعالم السياحة البينية في البلدان العربية عام (2003)؛ والمعالم السياحية في الوطن العربي عام (2004)؛ وصور سياحية من الوطن العربي عام (2005).

(1 ــ 5) برامج المناسبات الدينية: وهي برامج يتم تبادلها في المناسبات الدينية من قبل الهيئات الأعضاء. كما تتولى إذاعة المملكة العربية السعودية بث وقائع الشعائر الدينية بمناسبة شهر رمضان المبارك والحج والأعياد من خلال نظام التبادل الإذاعي عبر الساتل VSAT.

(1 ــ 6) التقارير الثابتـة: وتشمل تقارير إخبارية وثقافية ورياضية تبثها الهيئات الأعضاء عبر الساتل.

2. التبادلات الجماعية العارضة، وتشمل السهرات الفنية والندوات والأحداث الإخبارية الكبرى والبث الحي المشترك ورسائل المهرجانات وبث الشعائر الدينية والبث الحي للتظاهرات الرياضية.

3. التبادلات الثنائية، وتشمل تقارير في مجال الأخبار والثقافة والرياضة وغيره.

4. الإنتاج المشترك ، وتشمل:

(4 ــ 1) برنامج لغـة العرب، ففي إطـار تنشيط مشاريع الإنتاج المشترك شاركت اثنتا عشرة هيئة إذاعية (12) في إنتاج المجموعة الأولى (90 حلقة) مـن برنامـج لتعليـم اللغة العربية للناطقيـن بها بعـنوان "لغة العرب"، وقد تمت الموافقة على

إنتاج المجموعة الثانية (90 حلقة). وتم وضع التصور العام للمجموعة الثالثة (90 حلقة) ليصبح مجموع حلقات البرنامج (270 حلقة) مدة كل حلقة 15 دقيقة.

(4 ــ 2) مسلسل القدس عربية، وذلك تأكيداً لعروبة القدس مكون من خمسين حلقة.

(4 ــ 3) الندوات والورشات،الذي يتم مرة كل عامين تنظيم ندوة أو ورشة حول أحد جوانب العمل الإذاعي.

(2 - 7): اتحاد إذاعات الدول العربية

يمثل اتحاد إذاعات الدول العربية منظمة عربية مستقلة يعمل ضمن الإطار العام لجامعة الدول العربية مستقلاً تماماً عنها من الناحة القانونية. إذ أنشئ الاتحاد بموجب اتفاقية أقرها مجلس جامعة الدول العربية بقراره المُرقم 1100 بتاريخ 1955/10/15. وقد عدلت هذه الاتفاقية باتفاقية أقرها مجلس الجامعة بقراره رقم 2125 بتاريخ 1965/4/20. وقد حلت هذه الاتفاقية محل الأولى ابتداء من 1973/3/4. وكانت القاهرة مقراً دائماً للاتحاد، ثم أصبحت تونس مقراً مؤقتاً لها بعد تجميد عضوية مصر في مؤسسات العمل العربي المشترك أثر توقيعها معاهدة

السلام مع اسرائيل في 1979/3/26 وبقى المقر في تونس رغم عودة الجامعة العربية إلى القاهرة غي عام 1990 (http://www.arab-ency.com/index.php).

ينقسم أعضاء الاتحاد إلى أعضاء عاملين وأعضاء منتسبين. فالأعضاء العاملون هم إذاعات الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية. وعند وجود أكثر من هيئة إذاعية في دولة أو بلد عربي فإن واحدة منها، تعينها حكومة الدولة أو البلد المعني، وهي التي تكون عضواً عاملاً في حين تكون الهيئات الإذاعية الأخرى أعضاء منتسبين إذا ما طلبت ذلك ووافقت الجمعية العامة للاتحاد على طلبها، وتضاف إلى هؤلاء الأعضاء الإذاعات الأخرى التي توافق الجمعية العامة للاتحاد بأغلبية ثلاثة أرباع أعضائه العاملين على قبولها في الاتحاد. إذ يتكون الاتحاد من جمعية عامة ومجلس إداري وأمانة عامة ومركز هندسي. اما الجمعية العامة فهي الهيئة العليا للاتحاد وتنعقد في دورة عادية سنوية مع جواز انعقادها استثنائياً، وتتولى رسم سياسة الاتحاد والمصادقة على برامجه وموازنته.

وأما المجلس الإداري فيتألف من رئيس الجمعية العامة ونائبه وعضو عامل وفقاً للترتيب الهجائي لأسماء الأعضاء العاملين ويجتمع مرتين على الأقل في السنة ويتولى جميع السلطات الخاصة بالجمعية العامة فيما بين دورتي الانعقاد ويقوم بتنفيذ قراراتها ومتابعتها، وله وحده حق عقد الاتفاقيات مع المنظمات الأخرى بتفويض من الجمعية العامة ويتولى تمثيل الاتحاد قضائياً.

وأما الامانة العامة فيرأسها أمين عام، يتم تعينه من قبل الجمعية العامة بناء على اقتراح المجلس الإداري، ويساعده عدد من الموظفين الإداريين وتتولى

الأمانة العامة القيام بجميع الأعمال الإدارية في الاتحاد. وأما المركز الهندسي فيكون برئاسة مدير فني تعينه الجمعية العامة بناء على اقتراح المجلس الإداري ويكون مسؤولاً عن جميع الأعمال الهندسية والفنية اللازمة لحسن قيام الاتحاد بعمله. وفي مطلع السبعينات من القرن العشرين انبثقت عن الاتحاد ثلاثة مراكز فرعية هي المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني في دمشق وقد أنشئ عام 1972، والمركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في بغداد وأنشئ عام 1977، والمركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج في الجزائر وأنشئ عام 1984.

ومن أبرز ما أنجزه الاتحاد في ثلاثين عاماً ونيف إصدار مجلة هندسية تُعنى بالشؤون الإذاعية، وإعداد دراسات أو ترجمات عن الخدمات التلفزيونية، واستخدام الأقمار الصناعية للأغراض الإذاعية والتلفزيونية وعن رموز التزامن بين كاميرات التلفزيون وسجلات الصوت وعن محطة الرصد في الخرطوم، وعن أهداف المركز الهندسي ومشروعاته، والتلفزيون الرقمي، والشبكة الفضائية العربية لأغراض الاتصال ووسائل الإعلام، وشبكة تلفزيون منطقة الخليج وتبادل الأخبار بينها عن طريق سواتل انتلسات، وإعادة استخدام القنوات التلفزيونية. وأقام الاتحاد ندوات كثيرة متخصصة وشجع إقامة مراكز تدريب فنية في الأقطار العربية، وأنشأ شبكة محطات رصد وقياسات على نمط المحطة النموذجية في الخرطوم ودرس إمكانية تنفيذ مشروعات تبادل الأخبار بين تلفزيونات الدول العربية بوساطة المحطات الأرضية العاملة مع "عرب سات".

وفي أوائل عام 2009، أطلق الاتحاد رسميا نظاما متعدد الوسائط خاصا به للتبادل عبر الأقمار الصناعية، وهو المعروف باسم "مينوس". وهذا النظام هو الأول من نوعه عالميا، يوفر تطبيقات تجارية جديدة وفرصا هائلة لأعضاء الاتحاد وللمستخدمين المحتملين الآخرين في المنطقة العربية. يستعمل المينوس نظام تشبيك في الاتجاهين يعتمد بروتوكول الانترنت ليوفر لمستخدميه أسرع التقنيات وأفضلها كلفة لتبادل المواد الإعلامية ، فضلا عن مجموعة كاملة من أدوات التنسيق والخدمات ذات القيمة المضافة. وقد فاز نظام مينوس بعديد الجوائز العالمية في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني، مثل جائزة الابتكار وجائزة المحكمين لأكثر المشاريع تأثيرا اللتين يسندهما المؤتمر العالمي للإذاعة والتلفزيون (IBC2009) وكذلك جائزة الاستوديوهات الرقمية كأكثر المشاريع ابتكارا لعام 2010 (http://www.asbu.net/www/ar/doc).

ويهدف اتحاد إذاعات الدول العربية إلى تعزيز روح الإخاء العربي؛ وتنمية الاتجاهات العربية المشتركة؛ ووضع خطة منسقة تسير عليها إذاعات الدول العربية في برامجها؛ وتعريف شعوب العالم بواقع الأمة العربية وإمكاناتها وآمالها وأمانيها وقضاياها؛ وتنمية الجهود التي لها علاقة بالإذاعة ودراستها وتنسيقها؛ والعمل على تبادل الخبرات والمعلومات عن كل المسائل التي تعود بالنفع العام على إذاعات الدول العربية الأعضاء؛ والعمل على زيادة إمكانات البلاد العربية في الحقل الإذاعي والنهوض به؛ وترسيخ التعاون الهندسي بين دول الاتحاد؛ وتنظيم استخدام موجات الإذاعة اللاسلكية في الوطن العربي

بالتعاون مع المنظمات الدولية للإذاعات؛ وإعداد جداول الموجات اللاسلكية التي تحتاج إليها الدول العربية وتنسيقها فلا تتعارض أو تتداخل؛ وتوحيد الدفاع عن حاجات الدول العربية في المنظمات الدولية، والعمل على إيجاد الحلول للخلافات التي يمكن أن تنشأ بين البلاد العربية في الحقل الإذاعي.

ويتطلب تحقيق هذه الأهداف القيام بمجموعة من الإجراءات تتمثل في قيام الاتحاد باستخدام جميع الوسائل اللازمة؛ وإنشاء الأجهزة الدائمة اللازمة للقيام بالأعمال الفنية وسواها؛ وتشكيل اللجان الدائمة ومجموعات العمل الدائمة أو المؤقتة؛ واقتناء العقارات والمنشآت والأجهزة والمعدات اللازمة للقيام بأنشطته؛ وجمع المعلومات وتنظيم الاجتماعات والندوات والدورات التدريبية والمهرجانات وإجراء البحوث والدراسات في المجال الإذاعي والتلفزيوني وإصدار المطبوعات التي تحقق أهدافه (http://ar.wikipedia.org/wiki/).

(2 - 7): الدراسات السابقة

دراسة (حبيب، 1988) بعنوان "التعاون الإعلامي وتطوير الخدمة التليفزيونية في دول مجلس التعاون الخليجي". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مضامين جميع البرامج التليفزيونية المشتركة التي تنتجها مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي التي بلغ عدد حلقاتها 1703 حلقة خلال عام كامل (1986) وأجرى مسح شامل لجميع البرامج المشتركة التي عرضها التليفزيون السعودي

خلال ثلاثة أشهر هي يوليو اغسطس سبتمبر1986 وقد تم تحليل محتوى ثلاثة برامج تليفزيونية مشتركة هي افتح يا سمسم وسلامتك وقف وأيضا تم تحليل خمس رسائل تليفزيونية وبلغ إجمالي عدد حلقات العينة التي خضعت للتحليل (73) حلقة تعبر عن الثلاثة برامج. وكان من نتائج الدراسة أن نسبة البرامج التليفزيونية المشتركة لدول الخليج الموجهه لقطاع الأطفال من انتاج مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربية بلغت 73,5% أما باقي البرامج المشتركة فقد كانت موجهه للجمهور العام وبلغت نسبتها 26,5% وذلك منذ إنشاء المؤسسة حتى نهاية عام 1986. وأن نسبة المواد المنتجة محليا الى المواد المستوردة في البرامج التليفزيونية المشتركة بلغت النسبة العددية لبرامج العينة والتي اشتملت على المواد المحلية المنتجة محليا 74,3% ونسبتها الزمنية 64,9% أما المواد المستوردة ببرامج العينة فقد بلغت نسبتها العددية 25,7% ونسبتها الزمنية 35,1%. وأن حجم البرامج التليفزيونية المشتركة التي انتجتها مؤسسة الانتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي 41 سلسلة تتضمن 1703 حلقة وذلك منذ إنشاء المؤسسة حتى نهاية عام 1986.

دراسة (اللبان، 2002) بعنوان "حرية التعبير والرقابة في الوسائل الإعلامية الجديدة ـ دراسة تحليلية للتشريعات المنظمة للانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية". استعرضت الحالة الراهنة لحرية التعبير والرقابة على شبكة

الإنترنت في مجتمعين يشهدان تباينا واضحا هما الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية.وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت في وجود ثلاثة تشريعات تتعلق بالإنترنت في الولايات المتحدة هي "قانون لياقة الاتصالات" و"قانون حماية الأطفال من الإنترنت" و"قانون تقديم الوسائل المطلوبة لاعتراض الإرهاب وإعاقته". وبينت الدراسة أن الحكومات العربية مارست مجموعة من "الميكانزمات" الرقابية تمثلت في الهيمنة الحكومية على البنية الأساسية المعلوماتية. واحتكار تقديم خدمات الإنترنت في ظل غياب التشريعات المنظمة للإنترنت في الدول العربية. ولم يعترض أحد على هذه "الميكانزمات" على الرغم من أنها تقيد حرية التعبير. كما أظهرت الدراسة أن وسائل الرقابة التي تمارسها الدول العربية على الإنترنت غير واضحة مما يجعل من الصعب تقييم تلك الأساليب وفقا لمعايير حقوق الإنسان. وأشارت النتائج إلى الكويت و مصر من أكثر الدول العربية ليبرالية في التعامل مع الإنترنت حسب الدراسة.

دراسة (العزعزي، 2002) بعنوان " الوظيفة الثقافية لقناة الشارقة الفضائية".

هدفت إلى تحليل البرامج الثقافية لقناة الشارقة الفضائية. وقد توصلت الدراسة إلى أن قناة الشارقة الفضائية تعرض برامج ثقافية فنية متنوعة، عكست مضامين هذه البرامج سياسة القناة وأهدافها، وتوافقت مع الأهداف التي رسمتها مؤسسات الإعلام العربي المشترك، وكانت الأشكال والقوالب التلفزيونية مناسبة منها، المقابلة والندوة والمجلة، وأهملت قالبي المسابقات والدراما. كما أن إخراج

البرامج الثقافية بحاجة إلى تطوير أكثر وبما يحقق لها الجذب والتشويق. وحرص القائمين بالاتصال على أن تكون اللغة العربية الفصحى هي الغالبة في البرامج الثقافية، ووجد البحث أن 84% من العاملين في البرامج الثقافية، توجد علاقة بين تحصيلهم الدراسي وعملهم الوظيفي بالفضائية، فيما لا توجد علاقة بنسبة 16% من العاملين بين تحصيلهم الدراسي ومهنتهم. ويرى العاملون بالبرامج الثقافية أن أهم الموضوعات التي يجب أن تناقشها البرامج الثقافية هي، تاريخ الحضارة العربية والإسلامية، العولمة وتأثيراتها الثقافية العلمية، الفنون المختلفة، الفكر والهوية العربية، موضوعات الأدب وغيره. وأن 60% من العاملين في البرامج الثقافية أجابوا بأن التنسيق يتم عن طريق لقاءات فردية غير منتظمة، أو لقاءات غير مباشرة. وأن 64% من العاملين نفوا اشتراكهم أو التحاقهم في دورات تدريبية أثناء عملهم في القناة. وأن 88% من العاملين في البرامج الثقافية يرون أن أهم المعوقات التي تواجه عملهم هي قلة المخصصات المالية لسد كلفة العمل، و80% يشكون من قلة الأجور.

دراسة (الحاج، 2002) بعنوان "تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على أنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة". تناولت هذه الدراسة تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج البرامج الثقافية في التلفزيون المصري والتلفزيون السوري في ظل العولمة كتأثيرها على شكل العرض والمضمون والقيم ومدى تأثر أداء القائمين بالاتصال بالمواد الأجنبية والبرامج

والأفلام المستوردة ورؤيتهم لمسألة التدفق والعولمة، دراسة مهمة استخدم فيها الباحث المنهج المسحي بنوعيه الوصفي والتحليلي، وتضمن مسح المضمون، مما ساعد الباحث على وضع تصور كامل عن مضمون البرامج الثقافية وشكلها وأسلوب إخراجها، كما ساعدته للإجابة عن التساؤلات المطروحة في الدراسة، وقد استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون لعينة من البرامج الثقافية في القناتين الفضائيتين، إضافة إلى استخدامه منهج المسح لعينة من القائمين بالاتصال، وقد كانت نتائج البحث أن إنتاج البرامج الثقافية في التلفزيون المصري أكثر محاكاة للمواد التلفزيونية الأجنبية منه في التلفزيون السوري، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه المبحوثين نحو المضمون الأجنبي باختلاف خصائصهم الديموغرافية (العمر، التعليم، المهنة، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وأثبتت الدراسة بوجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاه القائمين بالاتصال في كل من مصر وسوريا نحو محاكاة المضمون الأجنبي.

دراسة (حماد، 2007) بعنوان "أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسيه فى إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربى". هدفت هذه الدراسة إلى بيان الأثر المحتمل للمعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسيه فى إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربى. وتم عينه من النشرات والبرامج الإخبارية السياسية لمده زمنية قوامها ثلاثة أشهر من أول شهر مايو 2004 إلى نهاية شهر يوليو فى

نفس العام وقد تم اختيار النشرة المسائية فى كلتا الإذاعتين لارتفاع نسبة الاستماع لها هذا (بالنسبة للدراسة التحليلية), أما عينة الدراسه الميدانية قوامها 400 مفردة ويمثلون الجنسين ذكور وعددهم 250 من حجم العينه مقابل 150 مفرده إناث. وكان من أهم نتائج الدراسة أن الإذاعات الإخبارية الموجهة تحظى بنسبة استماع عالية من الجمهور عينة الدراسة. وأن الإذاعتين محل الدراسة لهما معا جمهور مشترك تصل نسبته إلى 49.8%. وأن الراديو مازال يحظى بنسبة استماع عالية وهو مازال موجودا فى منافسه بينه وبين وسائل الإعلام الأخرى. وأن جمهور إذاعة البي بي سى يتعرض أكثر للاستماع للراديو من جمهور إذاعة صوت العرب. وأن نسبة الاستماع عند الذكور أعلى من معدلاتها عند الإناث. وهناك فروق ذات دلالة احصائية بين مستمعي صوت العرب والـ BBC ودرجة معرفتهم بالقضيه الفلسطينية.

دراسة (قطيشات، 2008) بعنوان "الحالة التشريعية لحرية الإعلام في الأردن".

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة الحالة التشريعية لحرية الصحافة والإعلام في الأردن، وبيان دور النصوص القانونية الخاصة بالصحافة والإعلام في رفع سقف تلك الحرية، أو تقييدها من خلال إظهار الآثار التي تترتب على الإعلاميين بسبب وجود تلك النصوص. بحثت الدراسة في القوانين التي تؤثر على حرية الصحافة وهي قانون المطبوعات رقم 8 لسنة 1998 وتعديلاته وقانون نقابة الصحفيين

الأردنيين وقانون ضمان حق الحصول على المعلومات رقم47 لسنة 2007 وقانون العقوبات وقانون انتهاك حرمة المحاكم وقانون حماية أسرار ووثائق الدولة وقانون محكمة أمن الدولة والقانون المدني وقانون التنفيذ. إذ بينت هذه الدراسة أهم الإيجابيات والسلبيات التي تعتري هذه القوانين. وركزت الدراسة على أهم المحاور والمرتكزات القانونية التي تعيق حرية الإعلام. ومن أهمها ما اعتبرته تضييقا على الحريات الإعلامية بتعديل قانون المطبوعات والنشر ليجرم كل من يخالف ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن نقابة الصحفيين الأردنيين. بينت الدراسة أن هناك بيروقراطية يعاني منها تنفيذ قانون ضمان حق الحصول على المعلومات، ووجود مجلس المعلومات الذي يلعب دور الوسيط بين طالب المعلومات والجهة التي تحوز على تلك المعلومات. وطول مدة الإجابة على طلب المعلومة، والمتمثلة في ثلاثين يوما. كما خول القانون الحكومة صلاحية تصنيف معلومات معينة على أنها سرية دون وجود جهة رقابية على تلك العملية.

دراسة (شلبية، 2008) بعنوان "المخاطر التي تواجه الإعلاميين في الشرق الأوسط". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء واتجاهات ووجهات نظر الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الأردنية نحو المخاطر التي تواجه الإعلاميين بشكل عام وفي منطقة الشرق الأوسط بشكل خاص، في ظروف الحرب والمنازعات والمخاطر وحالات الطوارئ والأزمات. والتعرف إلى أي مدى تؤثر هذه المخاطر على حرية الصحافة وحرية وسائل الإعلام وتحملها

لمسؤولياتها، والى أي مدى يلعب تخصيص المؤسسات الإعلامية دورا في دعم الإعلاميين وإعطائهم حرية أكبر للعمل في ظل المخاطر والمنازعات والأزمات والطوارئ والحروب. وأظهرت الدراسة أن (79%) من مجموع أفراد العينة يرون أن على الإعلامي العمل في ظروف خطرة دائما أو أحيانا، وأن (93.7%) يرون أن العمل في ظروف الأزمات والطوارئ والمنازعات يؤثر على طبيعة العمل الإعلامي دائما وفي معظم الأحيان، وأن (88.4%) من أفراد العينة يرون أن المخاطر التي تواجه الإعلاميين تؤثر على مصداقيتهم في هذه الظروف، و(89.5%) من أفراد العينة يرون أن المخاطر والصعوبات التي تواجه الإعلاميين تجعلهم يعمدون إلى التعتيم على بعض الحقائق والأحداث أو طمسها وتضعف مصداقيتهم، ويرى (67.4%) أن جو المنافسة بين المحطات الفضائية والتغطية الإخبارية الحصرية تساعد على المخاطرة من أجل تحقيق السبق الصحفي، وأن (27.4%) يرون أن ذلك يكون أحيانا، و(75.8%) يرون أن العمل في مجال الإعلام لابد أن يكون مستقلا وبعيدا عن أي مصالح أو تأثيرات داخلية أو خارجية. ويرى الإعلاميون الأردنيون حسب الدراسة أن العمل الصحفي تحفه الكثير من الصعوبات و المخاطر وخاصة في الآونة الأخيرة، نظرا لازدياد "التوتر السياسي" في المنطقة. وأن المخاطر التي تواجه الإعلاميين في ظل الحروب والأزمات تؤثر على مصداقيتهم وعلى طبيعة المادة الإعلامية المنقولة إلى الجمهور، مع تأكيدهم أن هناك التزاماً يقع على عاتق الإعلامي في نقل الحقيقة كما

هي دون تغيير أو تزييف أو محاباة للسلطات. وكشفت الدراسة أن الإعلاميين يرون أن المنظمات الدولية، واتحادات الإعلاميين والصحفيين ومؤسسات المجتمع المدني لا تتدخل بشكل كاف لحماية الإعلاميين، والقوانين الإعلامية تبقى في حالة الأزمات والطوارئ حبرا على ورق. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك ازديادا في تعرض الإعلاميين للعقاب بطرق مختلفة إذا ما انتقدوا الأساسيات، أو عارضوا الدولة أو عملوا على كشف الحقائق التي تسيء للسلطة، وأن عددا كبيرا من الصحفيين يلتزمون بتنفيذ سياسة الناشر أو سياسة المحطة الإذاعية أو التلفزيونية تجنبا للمساءلة والعقاب.

(2 - 8): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

لم يحظ موضوع التبادل الإعلامي الحكومي العربي الا بحيز قليل من الاهتمام في الكثير من الدراسات العربية، لاسيما موضوع تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية، فغالبا ما تكون الدراسات تتناول التبادل الإعلامي بشكل عام، كدراسة حماد التي تناولت المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسية فى إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي، ودراسة شلبية التي بينت المخاطر التي تواجه الإعلاميين في الشرق الأوسط. وهذه الدراسات لم تبين طبيعة التبادلات الإعلامية العربية من اتحاد إذاعات الدول

العربية وما يشوبها من مشاكل حكومية أو شخصية والطرق الكفيلة بحل هذه المشاكل.

الـفـصل الثالث

منـهجية الدراسة

الطريقة والإجراءات

(3 - 1): المقدمـــــــة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على تجربة اتحاد إذاعات الدولة العربية في التبادل الإعلامي.

ويتضمن هذا الفصل منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة وكذلك فحص صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3 - 2): منهج الدراسة المتبع

تعد الدراسة الحالية دراسة تطبيقية، تعتمد على المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال المسح الميداني باستخدام الاستبانة التي تم إعدادها من قبل الباحث كأداة للحصول على المعلومات التي يحتاجها الجانب التطبيقي للدراسة. حيث يعرف المنهج الوصفي التحليل بأنه منهج يسعى للوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصرمشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق، وبهذا استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة، بهدف جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات (النعيمي، وآخرون، 2009: 238).

(3 - 3): مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من كافة مديري التبادل الإعلامي العربي في التلفزيونات العربية. اما عينة الدراسة فقد تكونت أيضاً من جميع مديري ومنسقي التبادل الإعلامي العربي بالإضافة إلى مديري الأخبار في التلفزيونات العربية والبالغ عددهم (48). أي أن عينة الدراسة هي مجتمعها وتم إختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية.

(3 - 4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

الجدول (3 ـ 1) يبين المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، المؤهل العلمي، العمر ، الخبرة العملية، والموقع الوظيفي)، إذ يتضح أن 91.7% من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، وأن 8.3% هم من الإناث. وما يتعلق بالمستوى التعليمي فقد بينت النتائج أن 50% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس، وأن 31.3% هم من حملة درجة الماجستير، وأن 18.7% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة الدكتوراه. وما يتربط بمتغير العمر فقد أظهرت النتائج أن 77.1% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح من 40 سنة فأكثر، وأن 16.7% هم ممن تتراوح أعمارهم من 35 إلى 39 سنة، وأن 6.2% هم ممن تتراوح أعمارهم من 30 إلى 34 سنة. وبالنسبة لمتغير الخبرة العملية فقد تبين أن 85.6% هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم من 15 سنة فاكثر. وأن 14.6% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم من 10 إلى 14 سنة. وأخيراً، وفيما

يتعلق بالموقع الوظيفي فقد تبين أن 52.1% هم من مديري التبادل الإعلامي، وأن 45.8% هم من مديري الأخبار، وأن 2.1% هم من منسقي التبادل الإعلامي.

الجدول (3ــ1)

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	الجنس	ذكور	44	91.7
		أنثى	4	8.3
2	المستوى التعليمي	بكالوريوس	24	50
		ماجستير	15	31.3
		دكتوراه	9	18.7
3	العمر	أقل من 30 سنة	-	-
		من 30– 34 سنة	3	6.2
		من 35– 39 سنة	8	16.7
		40 سنة فأكثر	37	77.1
4	الخبرة العملية	أقل من 5 سنوات	-	-
		من 5– 9 سنوات	-	-
		من 10– 14 سنة	7	14.6
		15 سنة فأكثر	41	85.6
5	الموقع الوظيفي	مدير تبادل إعلامي	25	52.1
		منسق تبادل إعلامي	1	2.1
		مدير أخبار	22	45.8

(3 - 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

تكونت الدراسة الحالية من جانبين؛ جانب نظري وآخر تطبيقي، ففي الجانب النظري تم التطرق إلى معظم المفاهيم والمبادئ العلمية ذات العلاقة بالموضوع، أما في الجانب التطبيقي فقد لجأ الباحث إلى المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك باستخدام الاستبانة، بهدف جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات. وتعتمد الدراسة في جمع البيانات وأساليب تحليلها والبرامج المستخدمة من خلال:

- الكتب والدوريات والرسائل الجامعية؛ وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة.
- الإستبانة، والتي تم إعدادها خصيصاً لجمع البيانات والمعلومات التي تتعلق بموضوع الدراسة من مجتمع الدراسة. وشملت الاستبانة على عدد من العبارات تعكس أهداف الدراسة وأسئلتها، للإجابة عنهما من قبل المبحوثين. وثد شملت الاستبانة على خمسة أجزاء تتضمن:

الجزء الأول، يتعلق بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وهي: الجنس؛ والمؤهل العلمي ؛ والعمر؛ والخبرة العملية؛ والموقع الوظيفي.

الجزء الثاني، يتعلق بطبيعة التبادل الإعلامي العربي بين اتحاد إذاعات الدول العربية، وكيفية تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي.

الجزء الثالث، يرتبط بكيفية تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية.

الجزء الرابع، يتعلق بمشكلات التركيبة الحالية لمديري التبادل أو المنسقين التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية.

الجزء الخامس، يرتبط بالجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي.

(3 - 6): المعالجات الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها قام الباحث باللجوء إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (SPSS) باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- اختبار الاتساق الداخلي Cronbach Alpha للتحقق من ثبات الاستبانة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية النسبية.

- الأهمية النسبية، الذي تم تحديده طبقاً للمقياس الآتي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل – الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$\frac{5-1}{3} = \frac{4}{3} = 1.33$$

وبذلك تكون الأهمية المنخفضة من 1 – أقل من 2.33

والأهمية المتوسطة من 2.33 – 3.66

والأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر.

- اختبار T لعينة واحدة لاختبار فرضيات الدراسة.

(3 - 7): صدق أداة الدراسة وثباتها

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (4) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في الإعلام وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تمت الاستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الاستبانة في صورتها النهائية كما موضح بالملحق رقم (2).

ب) ثبات إداة الدراسة

قام الباحث بتطبيق صيغة Cronbach Alpha لغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة على درجات أفراد العينة ، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة ، إلا أن الحصول على (Alpha ≥ 0.60) يعتبر في الناحية التطبيقية للعلوم الإنسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran, 2003). وقد بلغ معامل Cronbach Alpha لثبات الاستبانة ما نسبته (0.892), ويدل مؤشر كرونباخ ألفا أعلاه على تمتع إداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2003).

الـفـصـل الرابـع

نتائج التحليل واختبار الفرضيات

(4 - 1): المقدمــــــــة

(4 - 2): التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة

(4 - 3): اختبار فرضيات الدراسة

(4 - 1): المقدمـــــــــة

يستعرض هذا الفصل التحليل الإحصائي لنتائج استجابة أفراد عينة الدراسة من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الآولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل فقرة، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(4 - 2): التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة

السؤال الأول: ما طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية؟

لوصف طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 – 1).

جدول (4 ــ 1): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأهمية لطبيعة التبادل الإعلامي العربي

ت	طبيعة التبادل الإعلامي العربي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الاهمية
1	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط تبادل البرامج والأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين الهيئات الأعضاء ووضع الخطط والتصورات اللازمة لتطوير هذا التبادل	3.25	0.44	1	متوسط
2	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بالتنسيق بين المحطات الإذاعية العربية وتبادل الخبرات والمعلومات والخدمات بين تلك المحطات	3.04	0.68	4	متوسط
3	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتطوير العمل في الإذاعات العربية ومواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في هذا المجال	3.00	0.77	5	متوسط
4	يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية على تشجيع الانتاج الإذاعي المشترك	3.15	0.62	3	متوسط
5	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنظيم المهرجانات الفنية والندوات والحلقات الدراسية والمسابقات	3.21	0.74	2	متوسط
6	يقوم اتحاد إذاعات الدول العربية بإعداد الدراسات البرامجية التي يمكن أن تسهم في تطوير العمل البرامجي العربي بصورة عامة	3.00	0.74	5	متوسط
7	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط وتنسيق مشاريع الإنتاج البرامجي العربي المشترك بين مختلف الهيئات والأعضاء	3.00	0.65	5	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لطبيعة التبادل الإعلامي العربي	3.09	0.66		

يشير الجدول (4 ــــ 1) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بطبيعة التبادل الإعلامي العربي بين اتحاد إذاعات الدول العربية. إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.00 ــ 3.25). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط تبادل البرامج والأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين الهيئات الأعضاء ووضع الخطط والتصورات اللازمة لتطوير هذا**

التبادل" بمتوسط حسابي بلغ (3.25) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.09)، وانحراف معياري بلغ (0.44)، فيما حصلت الفقرات "**يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتطوير العمل في الإذاعات العربية ومواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في هذا المجال ؛ يقوم اتحاد إذاعات الدول العربية بإعداد الدراسات البرامجية التي يمكن أن تسهم في تطوير العمل البرامجي العربي بصورة عامة ؛ يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط وتنسيق مشاريع الإنتاج البرامجي العربي المشترك بين مختلف الهيئات والأعضاء**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.00) لكل منها وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.09) وانحراف معياري (0.77 ؛ 0.74 ؛ 0.65) على التوالي.

وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بطبيعة التبادل الإعلامي العربي بين اتحاد إذاعات الدول العربية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

السؤال الثاني: كيف تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي ؟

لوصف كيفية تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 ـ 2).

جدول (4 ـ 2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى تأثير الحكومات على التغطية الإعلامية

ت	تأثير الحكومات على التغطية الإعلامية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التأثير
8	تسعي النظم السياسية العربية للسيطرة على مختلف التغطيات الإعلامية	3.23	0.52	1	متوسط
9	عدم تمتع الإعلاميين العرب بحقوقهم المهنية إنعكاساً لتأثير الحكومات	3.04	0.62	3	متوسط
10	تعرض الإعلاميين للسجن والاعتداءات الأمينة وللمطاردة والاحتجاز انعكاساً لتأثير الحكومات	3.00	0.85	4	متوسط
11	تراجع دور مؤسسات المجتمع المدني وبالأخص الروابط والنقابات والجمعيات الإعلامية إنعكاساً لتأثير الحكومات	2.90	0.75	5	متوسط
12	سذاجة تفكير متخذ وصانع القرار السياسي العربي إنعكاساً لتأثير الحكومات	3.17	0.63	2	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لتأثير الحكومات على التغطية الإعلامية	3.07	0.67		

يشير الجدول (4 ـ 2) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.90 ـ 3.23). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تسعي النظم السياسية العربية للسيطرة على مختلف التغطيات الإعلامية**" بمتوسط حسابي بلغ (3.23) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.07)، وانحراف معياري بلغ (0.52)، فيما حصلت الفقرة "**تراجع دور مؤسسات المجتمع المدني وبالأخص الروابط والنقابات والجمعيات الإعلامية انعكاساً لتأثير**

الحكومات" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.90) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.07) وانحراف معياري (0.75).

وبشكل عام يتبين أن مستوى تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

السؤال الثالث: كيف تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية ؟

لوصف كيفية تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 ــ 3).

جدول (4 ــ 3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية

ت	تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التأثير
13	التقارير الصادرة عن المؤسسات العالمية أثرت على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية	3.10	0.78	1	متوسط
14	سياسة العقوبات التي تفرضها المؤسسات العالمية أثرت بصورة سلبية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية	3.08	0.68	2	متوسط
15	ساهمت المؤسسات الحقوقية والإنسانية العالمية بدور كبير في الحد من حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية	2.94	0.70	5	متوسط
16	التقارير الإعلامية اليومية التي تقدمها وسائل الإعلام العالمية تؤثر سلباً على صورة إسرائيل القانونية في المحافل الدولية	3.04	0.77	4	متوسط
17	أثرت القوانين الدولية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية الخاصة	3.08	0.74	2	متوسط

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لتأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية	3.05	0.73

يشير الجدول (4 ـ 3) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.94 ـ 3.10). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**التقارير الصادرة عن المؤسسات العالمية أثرت على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية**" بمتوسط حسابي بلغ (3.10) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.05)، وانحراف معياري بلغ (0.78)، فيما حصلت الفقرة "**ساهمت المؤسسات الحقوقية والإنسانية العالمية بدور كبير في الحد من حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.94) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.05) وانحراف معياري (0.70).

وبشكل عام يتبين أن مستوى تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

السؤال الرابع: ما مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية ؟

لوصف مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 ــ 4).

جدول (4 ــ 4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأهمية لمشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية

ت	مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الاهمية
18	أدت الإتجاهات السياسية المختلفة لمديري التبادل إلى الحد من ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	3.06	0.70	1	متوسط
19	العلاقات الشخصية والإجتماعية بين مديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	2.94	0.60	3	متوسط
20	الإهتمامات المشتركة لمديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	2.83	0.81	5	متوسط
21	تقاطع المصالح بين مديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	2.94	0.73	3	متوسط
22	المبادئ والقيم المشتركة لمديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	3.02	0.70	2	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لمشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	2.96	0.71		

يشير الجدول (4 ـــ 4) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بمشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية. إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.83 ـــ 3.06). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**أدت الإتجاهات السياسية المختلفة لمديري التبادل إلى الحد من ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية**" بمتوسط حسابي بلغ (3.06) وهو أعلى من

المتوسط الحسابي العام البالغ (2.96)، وانحراف معياري بلغ (0.70)، فيما حصلت الفقرة "**الإهتمامات المشتركة لمديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.83) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (2.96) وانحراف معياري (0.81).

وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بمشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

السؤال الخامس: ما الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي؟

لوصف الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 ــ 5).

جدول (4 ــ 5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأهمية للجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي

ت	الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الاهمية
23	يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية على وضع استراتيجية اعلامية واضحة وملاءمة	3.02	0.44	2	متوسط
24	يؤكد اتحاد إذاعات الدول العربية على ضرورة تناول الإعلام العربي الحدث بشكل نمطي خال من الاثارة بطريقة تناسب اهتمامات المجتمع العربي	2.98	0.67	4	متوسط
25	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتعريف مديري التبادل بحقيقة ان الإعلام لا يتضمن فقط وكالات الانباء والتلفزيون وانما إلى مجالات أخرى كالثقافة والفن	3.00	0.85	3	متوسط
26	يؤكد اتحاد إذاعات الدول العربية على أهمية تبديل طريقة عرض البرامج للجماهير العربية بما يتناسب مع متطلبات الجمهور	3.04	0.71	1	متوسط
27	يدعم اتحاد إذاعات الدول العربية المحاولات الإعلامية الفردية او تلك التي نشأت ضمن مؤسسات خاصة وفيها صالح الجماهير العربية	2.90	0.81	5	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي	2.99	0.69		

يشير الجدول (4 ـــ 5) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.90 ـــ 3.04). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**يؤكد اتحاد إذاعات الدول العربية على أهمية تبديل طريقة عرض البرامج للجماهير العربية بما يتناسب مع متطلبات الجمهور**" بمتوسط حسابي بلغ (3.04) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (2.99)، وانحراف معياري بلغ (0.71)، فيما حصلت الفقرة "**يدعم اتحاد إذاعات الدول العربية المحاولات الإعلامية الفردية او تلك التي نشأت ضمن مؤسسات خاصة وفيها صالح الجماهير العربية**" على

المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.90) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (2.99) وانحراف معياري (0.81).

وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بالجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

(4 - 3): اختبار فرضيات الدراسة

عمل الباحث في هذا الجانب على اختبار فرضيات الدراسة، إذ تركزت مهمة هذه الفقرة على اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال استخدام اختبار T لعينة واحدة، وذلك كما يلي:

الفرضية الأولى: "لا تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي، وكما هو موضح في الجدول (4 – 6).

جدول (4 ــ 6)

نتائج اختبار T للتحقق من تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
تأثير الحكومات على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي	3.07	0.67	1.249	1.677	47	0.218

يوضح الجدول (4 ــ 6) نتيجة تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير للحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (1.249) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.677). وعليه تقبل الفرضية العدمية التي تنص على:

لا تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الثانية: "لا تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية، وكما هو موضح في الجدول (4 ـ 7).

جدول (4 ـ 7)

نتائج اختبار T للتحقق من تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية	3.07	0.67	0.954	1.677	47	0.345

يوضح الجدول (4 ـ 7) نتيجة تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير للضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (0.954) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.677). وعليه تقبل الفرضية العدمية التي تنص على:

لا تـؤثر الـضغوط الـسياسية العالميـة علـى حريـة وسـائل الإعـلام العربيـة وتغطيتهـا الإعلامية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الثالثة: "لا تؤثر مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينـة واحدة للتحقق من تـأثير مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية، وكما هو موضـح فـي الجدول (4 ــ 8).

جدول (4 ــ 8)

نتائج اختبار T للتحقق من تأثير مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
تأثير مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية	2.96	0.71	0.882	1.677	47	0.382

يوضح الجدول (4 ــ 8) نتيجة تأثير مشكلات التركيبة الحالية علـى ممارسـة حقوق وسائل الإعلام العربية. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير

لمشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (0.882) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.677). وعليه تقبل الفرضية العدمية التي تنص على:

لا تؤثر مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الرابعة: "لا توجد جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من وجود جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي، وكما هو موضح في الجدول (4 ــ 9).

جدول (4 ــ 9)

نتائج اختبار T للتحقق من وجود جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
وجود جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي	2.99	0.69	0.264	1.677	47	0.793

يوضح الجدول (4 ـ 9) نتيجة وجود جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (0.264) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.677). وعليه تقبل الفرضية العدمية التي تنص على:

لا توجد جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الـفـصـل الخـامس

الاستنتاجات والتوصيات

(5 - 1): المقدمـــــــــة

يُكرس هذا الفصل لاستعراض أهم النتائج المستندة على ما تقدم من تحليل وتحقق عملي، وهو ما تختص به فقرة النتائج. وفي ضوء النتائج تأتي الاستنتاجات والتوصيات وما يعتقده الباحث صواباً.

(5 - 2): النتائج

5. تبين أن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بطبيعة التبادل الإعلامي العربي بين اتحاد إذاعات الدول العربية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.
6. وأن مستوى تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.
7. وتبين أن مستوى تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.
8. وأظهرت النتائج أن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بمشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.
9. وأن مستوى أهمية العبارات المتعلقة بالجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.
10. لا تؤثر الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$).

11. لا تؤثر الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

12. لا تؤثر مشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

13. لا توجد جهود إصلاحية جارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

(5 - 3): الاستنتاجات

1. تتعدد وظائف الإعلام العربي المشترك تبعاً للأهداف المناط به فهو الإعلام عن الأمة العربية وقضاياها.
2. انطلق تطوير مؤسسات الإعلام والاتصال داخل الوطن العربي بالاستناد إلى مبدأ الاعتماد على الذات وعدم الركون إلى ما يمكن أن يقدمه الآخرون كالدول الصناعية.
3. يتمثل الهدف الإستراتيجي للأعلام العربي المشترك بإحداث تغيير إيجابي في الرأي العام العالمي بتصحيح صورة الانسان العربي، وإيضاح الحقائق المتعلقة بقضايا الأمة العربية.
4. يعد الإعلام العربي المشترك وسيلة من الوسائل المباشرة للسياسة العربية المشتركة.
5. تتمثل أهم أهداف اتحاد إذاعات الدول العربية إلى تعزيز روح الإخاء العربي؛ وتنمية الاتجاهات العربية المشتركة؛ ووضع خطة منسقة تسير عليها إذاعات الدول العربية في برامجها.

(5 - 4): التوصيات

1. تعزيز وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المستخدمة في التبادلات الإعلامية العربية كونها تشكل عنصراً أساسياً في تحسين آلية التبادل.
2. الاهتمام اكثر بالجهود الإصلاحية للتبادل الإعلامي العربي بين أقطار الدول العربية وذلك من خلال تحسين آلية التبادلات الإعلامية.
3. كبح جماح الحكومات والتدخلات الخارجية في حرية التبادلات الإعلامية العربية وذلك بسبب تأثيرها في عمل اتحاد جامعة الدول العربية وخصوصاً الجزء المتعلق بالتبادل الإعلامي العربي.
4. غرس ثقافة حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية وذلك لأثرها المباشر على تحسين البتادلات الإعلامية العربية بين الأقطار العربية في اتحاد جامعة الدول العربية.
5. قيام الجهات ذات العلاقة بتنظيم ورش عمل تتعلق بالتبادل الإعلامي العربي لما له من أهمية في تطور وتحسين العلاقات بين أقطار الوطن العربي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية
ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

1. أبو عرجة، تيسير (2000). الإعلام العربي: تحديات الحاضر المستقبل في عصر المعلومات. (ط1): مكتبة مجدلاوي، القاهرة.

2. أحمد، زكريا أحمد (2009). "نظريات الإعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها". الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة: مصر.

3. أمين، رضا عبد الواجد، (2011)، "الإعلام ودوره في الوعي بقضايا التنمية المستدامة". مجلة الإذاعات العربية، العدد (1): (92 - 97).

4. بوطالب، محمد نجيب، (2011)، "الشباب العربي والإعلام البديل في ظل التحولات الراهنة". مجلة الإذاعات العربية، العدد (1): (47 - 53).

5. الحاج، كمال بديع، (2002)، "تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على أنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة". أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جمهورية مصر العربية.

6. حبيب، ايمن محمد (1998)."التعاون الإعلامي وتطوير الخدمة التليفزيونية في دول مجلس التعاون الخليجي". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة: قسم اذاعة والتليفزيون كلية الإعلام.

7. حماد، صابر حمد جابر (2007). "أثر المعالجه الإعلاميه لقضايا الوطن العربى السياسيه فى اذاعتى صوت العرب وهيئة الاذاعه البريطانيه على اتجاهات الجمهور العربى". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهره، القاهره: قسم الاذاعه والتليفزيون كلية الإعلام.

8. الدليمي، عبدالرزاق محمد (2011) الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

9. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال. دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.

10. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) قضايا إعلامية معاصرة دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان: الاردن.

11. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2012) مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان: الاردن

12. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) الإعلام الدولي دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان: الاردن

13. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) : إشكاليات التخطيط والممارسة. دار جرير عمان الاردن.

14. الدليمي، عبدالرزاق محمد، (2011)، الإعلام والمعلوماتية. دار المسيرة عمان الاردن.

15. الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2012)، "الإعلام والتنمية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

16. الدناني، عبد الملك ردمان، (2001). الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت : دراسة لمعرفة إستخداماتها في مجال الإعلام، دار الراتب الجامعية، بيروت.

17. شلبية، محمود (2008). "المخاطر التي تواجه الإعلاميين في الشرق الأوسط"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، المجلد (5)، العدد (2)، (299-337).

18. العزعزي، وديع محمد سعيد، (2002)، "الوظيفة الثقافية لقناة الشارقة الفضائية". أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الأداب: قسم الإعلام.

19. قطيشات، محمد، (2008)، "الحالة التشريعية لحريات الإعلام في الاردن"، عمان، مركز حمأية وحرية الصحفيين.

20. كرم، جان جبران. (1999). " الإعلام العربي إلى القرن **21**". دار الجيل، عمان: الأردن.

21. اللبان، شريف درويش، (2002)، "حرية التعبير والرقابة في الوسائل الإعلامية الجديدة:دراسة تحليلية للتشريعات المنظمة للانترنت في الولأيات المتحدة الأمريكية والدول العربية"، مجلة الرأي العام، المجلد (3)، العدد (1)، آذار، (131-229).

22. معاوي، صلاح الدين، (2011)، "الإعلام الجديد والتأسيس لرؤية عربية حداثية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد (3)، (4 - 5).

23. مكاوي، عماد حسن؛ والسيد، ليلي حسين، (1998)، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.

24. النعيمي واخرون، محمد عبد العال، (2009)، "طرق ومناهج البحث العلمي"، عمان، الوراق للنشر والتوزيع.

25. وزارة الإعلام الكويتية، (1970)، "الكتاب السنوي". الكويت.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Curran, Jams, (2002), “**Media and Power**”, London, Routledge: 158.
2. Dearing, J. W., & Rogers, E. M, (1996), “**Agenda-setting**”, Thousand Oaks, CA: Sage.
3. http://ar.wikipedia.org/wiki/
4. http://www.arab-ency.com/index.php
5. http://www.asbu.net/www/ar/doc
6. O'Sullivan, Tim et. Al, (1994), “**Key Concepts in Communication and Cultural Studies**”, London: Routledge.
7. Sekaran, Uma, (2003), "**Research Methods for Business**", John Wiley & Sons, U.S.A.
8. Sonia, Livingstone, (1996), “**On the Continuing problem Media Effects**”, in Mass Media and Society, 2nd ed, London, UK.
9. Soroka, Stuart, (2002), “**Agenda-Setting Dynamics in Canada**”, University of British Columbia Press.

قائمة الملاحق

أولاً: قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	الجامعة
1	أ.د. حميدة سميسم	الإعلام	الشرق الأوسط
2	د. عبدالكريم الدبيسي	إعلام	البترا
3	د. محمد صاحب	إعلام	البترا
4	د. حسن مكي	إعلام	الكويت

ثانياً: أداة الدراسة (الاستبانة)

بسم الله الرحمن الرحيم

استبانة بحث ميداني

الأخ المستجيب / الأخت المستجيبة

تحية طيبة

تهدف هذه الاستبانه إلى دراسة "التبادل الإعلامي الحكومي العربي: دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية"، نرجو التفضل بقراءة بنود وفقرات الاستبانة بدقة وتوخي الدقة في اختبار الإجابة المناسبة من وجهة نظركم، وأن هذه الدراسة سرية لا تحتاج لذكر الاسم وهي لأغراض البحث العلمي راجياً بالتفضل بالإطلاع والإجابة عن كافة أسئلة الاستبانة. مع خالص الشكر والتقدير.

الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

(1) الجنس

ذكر ☐ أنثى ☐

(2) المؤهل العلمي

بكالوريوس ☐ ماجستير ☐

دكتوراه ☐

(3) العمر

أقل من 30 سنة ☐ من 30– 34 سنة ☐

من 35– 39 سنة ☐ 40 سنة فأكثر ☐

(4) الخبرة العملية

أقل من 5 سنة ☐ من 5 – 9 سنوات ☐

من 10– 14 سنة ☐ 15 سنة فأكثر ☐

(5) الموقع الوظيفي

مدير تبادل إعلامي ☐ منسق تبادل إعلامي ☐

مدير أخبار ☐

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات طبيعة التبادل الإعلامي العربي بين اتحاد إذاعات الدول العربية.

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	بين بين	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
1	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط تبادل البرامج والأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين الهيئات الأعضاء ووضع الخطط والتصورات اللازمة لتطوير هذا التبادل					
2	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بالتنسيق بين المحطات الإذاعية العربية وتبادل الخبرات والمعلومات والخدمات بين تلك المحطات					
3	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتطوير العمل في الإذاعات العربية ومواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في هذا المجال					
4	يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية على تشجيع الانتاج الإذاعي المشترك					
5	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنظيم المهرجانات الفنية والندوات والحلقات الدراسية والمسابقات					
6	يقوم اتحاد إذاعات الدول العربية بإعداد الدراسات البرامجية التي يمكن أن تساهم في تطوير العمل البرامجي العربي بصورة عامة					
7	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتنشيط وتنسيق مشاريع الإنتاج البرامجي العربي المشترك بين مختلف الهيئات والأعضاء					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات كيفية تأثير الحكومات بشكل مباشر على التغطية الإعلامية وطبيعة التبادل الإعلامي العربي.

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	بين بين	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
8	تسعى النظم السياسية العربية للسيطرة على مختلف التغطيات الإعلامية					
9	عدم تمتع الإعلاميين العرب بحقوقهم المهنية إنعكساً لتأثير الحكومات					
10	تعرض الإعلاميين للسجن والاعتداءات الأمنية وللمطاردة والاحتجاز إنعكساً لتأثير الحكومات					
11	تراجع دور مؤسسات المجتمع المدني وبالأخص الروابط والنقابات والجمعيات الإعلامية إنعكساً لتأثير الحكومات					
12	سذاجة تفكير متخذ وصانع القرار السياسي العربي إنعكساً لتأثير الحكومات					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات كيفية تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية.

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	بين بين	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
13	التقارير الصادرة عن المؤسسات العالمية أثرت على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية					
14	سياسة العقوبات التي تفرضها المؤسسات العالمية أثرت بصورة سلبية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية					
15	ساهمت المؤسسات الحقوقية والإنسانية العالمية بدور كبير في الحد من حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية					
16	التقارير الإعلامية اليومية التي تقدمها وسائل الإعلام العالمية تؤثر سلباً على صورة إسرائيل القانونية في المحافل الدولية					
17	أثرت القوانين الدولية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية الخاصة					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات مشكلات التركيبية الحالية لمديري التبادل أو المنسقين التي تؤثر على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية.

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	بين بين	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
18	أدت الإتجاهات السياسية المختلفة لمديري التبادل إلى الحد من ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية					
19	العلاقات الشخصية والإجتماعية بين مديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية					
20	الإهتمامات المشتركة لمديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية					
21	تقاطع المصالح بين مديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية					
22	المبادئ والقيم المشتركة لمديري التبادل الإعلامي العربي أثرت سلباً على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات الجهود الإصلاحية الجارية حالياً في مجال التبادل الإعلامي العربي

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	بين بين	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
23	يعمل اتحاد إذاعات الدول العربية على وضع استراتيجية اعلامية واضحة وملاءمة					
24	يؤكد اتحاد إذاعات الدول العربية على ضرورة تناول الإعلام العربي الحدث بشكل نمطي خال من الاثارة بطريقة تناسب اهتمامات المجتمع العربي					
25	يهتم اتحاد إذاعات الدول العربية بتعريف مديري التبادل بحقيقة ان الإعلام لا يتضمن فقط وكالات الانباء والتلفزيون وانما إلى مجالات أخرى كالثقافة والفن					
26	يؤكد اتحاد إذاعات الدول العربية على أهمية تبديل طريقة عرض البرامج للجماهير العربية بما يتناسب مع متطلبات الجمهور					
27	يدعم اتحاد إذاعات الدول العربية المحاولات الإعلامية الفردية او تلك التي نشأت ضمن مؤسسات خاصة وفيها صالح الجماهير العربية					